Désertion des sites et musées : à qui la faute ?

Le coup de colère de l’ambassadeur de France à propos de Thuburbo Majus nous rappelle une triste réalité : l’effondrement de la fréquentation des sites et musées tunisiens.

L’ambassadeur de France est « *furieux* » que les touristes français désertent les sites archéologiques et qu’ils ne soient *« fichu(s) que de bronzer idiot(s) »* : c’est ce qu’il écrit sur sa page Facebook en déplorant le manque de visiteurs au site de Thuburbo Majus. M. Olivier Poivre d’Arvor est dans son rôle d’homme de lettres et ancien directeur de « l’attractivité culturelle » de la France quand il s’insurge contre l’indifférence supposée de ses compatriotes à l’égard de la richesse de notre patrimoine. Il est aussi dans son rôle de diplomate quand il nous épargne sa « fureur », alors que nous sommes aussi, sinon plus, à blâmer que nos touristes.

En effet, la désertion des sites et musées tunisiens n’a pas cessé de s’amplifier ces 15 dernières années sans que nous parvenions à y remédier. De 3 millions de visiteurs en 2000, nos sites et musées sont passés à 2 millions de visiteurs en 2010 pour tomber 0,3 million en 2016. Le site de Thuburbo Majus, objet de la colère de M. l’ambassadeur, recevait 32 500 visiteurs en 2000, 15 900 en 2010 et 4 800 en 2014.

La conséquence d’un tel effondrement, selon l’ancien directeur général de l’AMVPPC, est un manque à gagner de 60 millions de dinars sur la seule période 2011-2015. Ces chiffres ne semblent malheureusement alerter personne, même pas l’AMVPPC dont la vocation est de « mettre en valeur et de promouvoir le patrimoine culturel » du pays.

Pire, cette descente aux enfers s’est accompagnée chez nous d’un discours toujours plus enflammé en faveur du « tourisme culturel ». En cela, notre stratégie de tourisme culturel est conforme à l’adage français : « la culture, c’est comme la confiture : moins on en, a plus on l’étale ».

A suivre…

LM

On reparle de formation…

On reparle de la formation hôtelière à l’occasion d’un stage animé par le champion du monde de pâtisserie Pascal Molines, au début de ce mois à Hammamet.

Le cabinet Formhotel vient d’organiser un stage de formation de 6 jours au Centre de formation touristique Kerkouane de Hammamet. Ce stage était animé par Pascal Molines, champion du monde de pâtisserie et longtemps président du comité de sélection du concours Bocuse d’Or. Il s’adressait aux chefs pâtissiers de nombreux hôtels de Tunis, Hammamet, Djerba et Mahdia.

Le stage a permis de réaliser des recettes françaises réinterprétées avec des ingrédients locaux : Boule de baba au thé à la menthe, le Fraise-Jasmin, Riz au lait aux parfums d’orient, Crème brûlée safran chocolat, Verrine de pommes à la fleur d’oranger, Verrine de tomates à la fraise et citron confit (avec une ganache à l’huile d’olive Tunisienne Bio !).

Il a aussi été l’occasion d’évoquer différents sujets avec les intervenants : la reprise de la demande en formation, la nouvelle Agence de Formation aux Métiers du Tourisme… *(voir les interviews).*

Rappelons par ailleurs que l’Agence de Formation aux Métiers du Tourisme a été créée en juin 2017 et que l’objectif de l’actuel Plan de développement du Tourisme est de parvenir à 800 diplômés des centres de formation par an, contre 427 en 2017.

En vidéos :

Pascal Molines (champion du monde de pâtisserie) :
à propos du stage de formation

Olfa Ben Haha-Majoul (cabinet Formhotel) :
la reprise de la demande en formation de la part des hôtels

Lassad Jlidi (directeur du Centre de formation touristique Kerkouane) :
le nouveau mode de fonctionnement des écoles de formation
depuis la création de l'Agence de Formation aux Métiers du Tourisme

Nabil Barcous (professeur de pâtisserie
et vice-président de l'ATPAC, Association tunisienne des professionnels de l'art culinaire) :
les pâtissiers et la situation de leur métier

AGO de la FTH : les hôteliers s'alarment

L'Assemblée Générale Ordinaire de la FTH, tenue le 3 mai, a été l'occasion d'un bilan à mi-parcours du Plan de développement touristique du pays (2017-2020). Un bilan qui a permis de constater les retards pris dans l'application d'au moins quatre pans importants de ce plan et des Assises du Tourisme, à savoir l'application de l'accord d'Open Sky, l'entrée en vigueur

du Livre Blanc, l’instauration de nouvelles normes hôtelières et le programme de « sûreté-sécurité tout au long de la chaîne de valeur » préconisé par les Assises du Tourisme *(voir communiqué ci-dessous)*.

Un secteur convalescent

La liste des chantiers en souffrance aurait encore pu s’allonger : on aurait pu mentionner les retards pris dans l’instauration d’un label de qualité, la restructuration de l’ONTT en trois agences (une seule, celle chargée de la Formation, a été créée), le rapatriement de l’Office d’Hydrothérapie au sein du ministère du Tourisme, etc.

Le communiqué de la FTH prend tout son sens quand on sait que la rentabilité du secteur et de ses entreprises s’est plutôt détériorée malgré l’augmentation des arrivées internationales en 2017. En effet, la recette à la nuitée (178 dinars en 2017) enregistre par rapport à 2016 un recul tant en dinar (-4,3%) qu’en euro (-16,7%).

Le recul est encore plus net au niveau de la recette par visiteur qui chute de 7,3% en dinars (passant de 524 à 486 DT) et de 19,5% en euro (passant de 221 à 178 euros). Avec un taux d’occupation relatif de 34% (44% en 2014 et 50,4% en 2010), les hôtels sont loin de restaurer leur santé financière. Des chiffres qui montrent que le secteur est encore malade et qu’il ne peut guérir par un traitement à dose homéopathique.

COMMUNIQUE DE PRESSE
AGO de la FTH : les principales délibérations

Les membres de la FTH se sont réunis le jeudi 3 mai à l’occasion de leur Assemblée Générale Ordinaire. Après l’approbation du rapport moral et financier de l’année 2017, le débat a porté sur les principales préoccupations du secteur, et les inquiétudes vis-à-vis de la saison estivale à venir : transport aérien, sécurité, financement, qualité.

- **Transport aérien** : La FTH s’inquiète au plus haut point de l’absence de mise en œuvre de l’Open Sky qui, combinée à l’incapacité de la compagnie nationale à satisfaire la demande aussi bien quantitative que

qualitative, prive le pays d’un fort manque à gagner pouvant atteindre 1 point de croissance dans l’économie nationale, en plus de l’apport en devises pour le pays. Les retards et annulations atteignent une ampleur jamais égalée auparavant et portent atteinte à l‘image de toute la destination, accentuant le déficit d’image dont le pays souffre depuis plusieurs années !

- **Sécurité**: La FTH refuse que la sécurité n’incombe uniquement qu’aux hôtels et demande que les règles de sécurité soient adaptées aux différents types d’hébergement et que leur application se fasse en concertation entre l’administration et laprofession.

- **Financement** : Le livre blanc conjointement préparé par la FTH et l’APTBEF, approuvé par le ministère du tourisme, la BCT et le ministère de l’investissement, est toujours en attente de validation de la présidence du gouvernement. Cet inexplicable retard met en danger la pérennité de nombreuses unités hôtelières ayant subi de plein fouet depuis 2015 une crise sans précédent. La FTH réclame donc sa mise en œuvre au plus vite.

- **Qualité**: La FTH réitère sa pressante demande de révision des normes de classification hôtelières, normes obsolètes datant de 2005. Il est urgent d’assurer la conformité de notre produit par rapport aux standards internationaux, afin de répondre au mieux aux attentes de nos clients.

La FTH tient à rappeler que l’application du livre blanc, la mise en place de l’open Sky, l’établissement de nouvelles normes de classification hôtelière et la sécurisation de toute la chaîne touristique font partie des recommandations des Assises Nationales du Tourisme, approuvées en conseil des ministres depuis juin 2017. A ce jour, aucune de ces recommandations n’a été mise en œuvre.

Enfin la FTH se félicite de la croissance observée ces derniers mois et espère que le nombre des nuitées de 2018 atteindront enfin les chiffres de 2014.

Le Bureau Exécutif de la FTH

The Pearl sous enseigne TUI

Après avoir été pressenti comme un futur Radisson Blu, l’hôtel The Pearl, à Sousse, passe sous l’enseigne TUI Blue, le nouveau concept des hôtels TUI *« combinant les avantages d’un forfait en hôtel haut de gamme avec les spécificités d’un voyage individuel »*. De catégorie 5 étoiles, The Pearl rejoint ainsi sous cette enseigne le Palm Beach Palace Djerba.

Et c’est une autre enseigne de TUI, Sensimar, qui pourrait être prochainement arborée par un des hôtels mythiques de Djerba, l’Ulysse Palaces actuellement sous enseigne Radisson Blu. Les deux parties sont encore en phase de négociation qui n’ont abouti jusque-là qu’à un accord définitif pour la gestion du centre de thalassothérapie, l’Ulysse Thalasso. Cet accord deviendrait effectif dans les jours qui viennent.

« La Tunisie est de retour sur le marché allemand »

Lors du workshop du DRV tenu hier à Tunis devant de nombreux hôteliers et réceptifs tunisiens, l'association des agents de voyages allemands a annoncé une nette augmentation des réservations sur la Tunisie.

« La Tunisie est de retour sur le marché allemand » : c'est ce qu'a souligné le Président du DRV, Norbert Fiebig, lors du workshop tenu au Laico Tunis mardi 1er mai. En effet, les réservations depuis l'Allemagne sont en nette augmentation cette année. Selon le baromètre FVW Hotelometer, les demandes pour des hôtels tunisiens de la part des agences de voyages allemandes accusent une augmentation de 75% sur les deux premières semaines d'avril. Globalement, la tendance sur l'ensemble de la saison est à la hausse « de 40% pour un nombre attendu de 300 000 touristes allemands cette année » (contre 181 000 en 2017), selon Norbert Fiebig.

Des représentants de tour operators allemands étaient présents : TUI, Thomas Cook, DER Touristik, FTI… *(photo ci-dessous)*. Ils ont eux aussi affiché leur optimisme pour un retour en force des Allemands en Tunisie, même si ce retour

s’effectue en majorité dans des hôtels labellisés par ces mêmes TO.

Côté tunisien, les deux compagnies Nouvelair et Tunisair *(photo)* ont présenté leur offre sur le marché allemand. Des professionnels ont fait de même, et notamment la chaîne Concorde, Voyages 2000 *(photo du bas)* ainsi que l’association des parcours de golf tunisiens.

Ce workshop s’est tenu à un moment important pour le tourisme tunisien qui a souffert du recul de son premier marché européen en termes de nuitées hôtelières. En effet, l’importance du marché allemand tient à une durée de

séjour (dans le pays et dans les hôtels) parmi les plus longues. D’où la grande affluence d’hôteliers et d’agences de voyages réceptives lors de ce workshop.

Durée de séjour des Allemands vs Français *(2016)*

	Dans le pays	Séjour hôtelier
Allemands	10,8 j	10,1 j
Français	3 j	5,4 j