Laico Tunis deviendrait un Pullman

Un accord serait intervenu entre Laico Hotels et le groupe Accor pour faire du Laico Tunis un Pullman, l’enseigne “très haut de gamme” du groupe français. Pullman Hotels & Resorts compte 117 hôtels sur 4 continents dont 12 en Afrique.

Cet accord, s’il est confirmé, serait le plus beau Happy end à la longue, trop longue, période de rénovation de l’hôtel. En choisissant une enseigne haut de gamme bien positionnée sur le créneau du tourisme d’affaires, les dirigeants de Laico indiquent leur intention de jouer les premiers rôles dans l’offre hôtelière de Tunis, tant pour les congrès et évènements que pour les clients d’affaires individuels.

Open Sky : faux arguments et vraie mauvaise foi

Il n’était pas dit que l’Open Sky serait un long fleuve tranquille et il est normal que les déclarations, opinions et états d’âme contre l’Open Sky se multiplient après la validation du projet d’accord. Ce qui l’est moins, c’est la nature des arguments utilisés qui se rejoignent tous dans une volonté de « jeter le bébé avec l’eau du bain ».

Un **article de sputniknews** sur l’Open Sky en Tunisie, basé sur les analyses de deux anciens cadres tunisiens (l’un de l’aviation civile et l’autre de Tunisair), est assez révélateur de la confusion qui règne sur ce sujet.

En résumé, cet article veut nous convaincre *« des dangers de l’Open Sky »* sur la base de deux principes aussi saugrenus l’un que l’autre. Jugez-en.

- Tunisair est si mal en point qu’il ne faut pas la restructurer. En effet, la compagnie nationale ne survit que grâce aux subventions de l’Etat, donc il ne faudrait pas introduire l’Open Sky qui la priverait de cette manne et l’obligerait à se restructurer.

Si on n’était pas convaincu de la nécessité de l’Open Sky, ces arguments devraient nous en convaincre. Car s’il est en effet nécessaire de sauver Tunisair, seul l’Open Sky pourrait nous y obliger puisque la restructuration, décidée depuis 2012, se fait toujours attendre. Notre compagnie nationale, qui a tant donné au pays, ne manque ni de compétences ni d’opportunités de développement pour se maintenir et prospérer à l’instar de la RAM.

- « *L’Open Sky ne combattra jamais la saisonnalité* », avance-t-on dans cet article, puisque *« ce n’est pas l’avion qui ramène le touriste mais le pays »*. De plus, on semble dire que nous n’avons pas besoin de plus de sièges avion en été puisque nos *« hôtels sont saturés »* et que les low cost ne viendront pas en hiver puisque nous ne sommes pas une destination d’hiver. Enfin, nous explique-t-on, les compagnies low cost *« dont on s’attend à ce qu’elles ramènent des masses de nouveaux*

visiteurs, fonctionnent selon un modèle économique d'industrialisation du tourisme, s'étendant sur les 52 semaines de l'année. "Et quand elles se mettent sur un axe, c'est bien pour assurer un minimum de deux vols par jour avec 80% de coefficient de remplissage" (…) Raison pour laquelle, sans doute, la décision unilatérale tunisienne intervenue au début des années 2000 d'autoriser l'Open Sky sur quelques aéroports tels que Tabarka ou Tozeur n'a en rien produit de l'effet escompté. »

En somme, cette « analyse » se base sur l'axiome que la demande touristique pour un pays est la même avant et après l'Open Sky ; ce dernier ne produirait aucun effet sur cette demande. Cet axiome est contredit par l'expérience marocaine *(voir **notre article**)* mais aussi par toutes les données et observations réalisées depuis l'apparition du low cost aérien et que nous résume un rapport réalisé en 2007 pour le compte du ministère français du Tourisme avec la participation de plus de 30 spécialistes de l'aérien et universitaires *(voir extrait ci-dessous).*

Ce rapport souligne que *« la force du low cost aérien consiste sans doute à créer le besoin de voyager chez les consommateurs »* (on parle d'une demande d'induction) et que *« l'élasticité de la demande au prix est traditionnellement forte en matière de transport aérien de tourisme »*.

Il n'est pas dit que les low cost seront moins chères tout le temps (elles peuvent être par moment plus chères que les compagnies traditionnelles), mais il est certain que les prix s'établiront selon le jeu d'une concurrence véritable.

La cause et l'effet

Par ailleurs, quelques précisions s'imposent devant tant d'approximations.

D'abord, l'Open Sky n'implique pas seulement les compagnies low cost mais aussi les compagnies régulières. Ensuite, les aéroports susceptibles d'attirer ces compagnies sont bel et bien Enfidha, Djerba, Monastir et Tunis (exclu de l'accord pour les cinq premières années) qui sont les véritables pôles touristiques du pays. Enfin, il ne faut pas occulter le fait que la Tunisie était devenue avant 2010 une quasi destination d'hiver. Si elle l'est moins maintenant, c'est à cause du manque de liaisons aériennes, notamment sur les plus évidentes destinations d'hiver que sont Djerba et le Sud.

En effet, en 2010, les mois d’hiver (c’est-à-dire octobre, novembre, décembre, janvier et février) totalisent 2,08 millions de touristes sur un total de 6,9 millions. Soit une moyenne de 400 000 touristes par mois contre une moyenne de 688 000 pour les autres mois. Sur ces touristes d’hiver, on comptait près de la moitié d’Européens. Ce n’est que depuis ces six dernières saisons que notre destination a perdu de sa clientèle d’hiver, et notamment les Européens passés à 440 000 pour les cinq mois d’hiver 2016.

Rien que la thalasso tunisienne a perdu quelque 100 000 curistes par rapport à 2010. Cette situation est aussi due à la disparition du charter et notamment chez Tunisair. Pire, la disparition du charter de son trafic est un objectif déclaré de Tunisair. *« Notre objectif est d’arriver à 0% de charter dans notre trafic »*, déclarait une ancienne PDG de la compagnie nationale.

Il ne reste aux opposants à l’Open Sky qu’à nous expliquer comment on devrait remplir nos hôtels, nos centres de thalasso et nos terrains de golf sans charter et sans Open Sky. Et surtout, à nous expliquer comment l’Etat tunisien pourrait encore retarder l’avènement d’un accord qui fait partie intégrante de ses relations avec l’Union Européenne et sur lequel il s’est engagé.

Lotfi Mansour

Extraits du rapport *« Le Low Cost : un levier pour le pouvoir d’achat »* réalisé en 2007 pour le compte du ministère français du Tourisme :

Quand le low cost crée la demande…

La force du « low cost » aérien consiste sans doute à créer le besoin de voyager chez les consommateurs. En effet, on peut considérer que chaque ménage dispose d’un budget « loisirs » qu’il affecte à différents postes de dépenses telles que les sorties culturelles (cinéma), le restaurant, l’achat de produits bruns (écran plat, consoles de jeu) mais également escapades et séjours courts. Dans ces conditions, la variable prix constitue un critère décisif de choix, beaucoup plus que la nature du produit même : à la limite,

le ménage choisira entre un week-end à Cracovie et l'achat d'une console de jeux, en fonction du prix.

Nous pouvons noter d'ailleurs que ce comportement des consommateurs rend la demande de « low cost » aérien extrêmement volatile, et ce à double titre :

- *entre destinations touristiques : par exemple, si le prix d'un billet « low cost » pour Cracovie venait à augmenter, les clients potentiels se tourneraient immédiatement vers de nouvelles destinations. Le « low cost » exprime en réalité un besoin latent de voyager, quelle que soit la destination. Paradoxalement, alors que Dublin n'est pas équivalent à Porto pour un homme d'affaires, les deux villes sont implicitement « substituables » pour le touriste du « low cost »…*

- *au niveau agrégé, la demande de voyages touristiques étant très sensible au prix, une hausse, même faible, du prix peut entraîner de fortes variations des volumes. On peut constater en effet que l'élasticité de la demande au prix est traditionnellement forte en matière de transport aérien de tourisme : elle est toujours supérieure à l'unité. Par exemple, la plupart des études économétriques trouve une élasticité (en valeur absolue) comprise entre 1,3 et 1,7. Cela signifie tout simplement qu'une hausse de 1% du prix du billet pourrait conduire à une baisse de la demande comprise entre 1,3% et 1,7%. Ces statistiques ne portent d'ailleurs pas spécifiquement sur les compagnies « low cost », et on peut raisonnablement supposer que la valeur des élasticités est même supérieure dans le cas des transporteurs à bas coûts.*

Open Sky : soyons pragmatiques

Maintenant que l’accord sur l’Open Sky est en passe d’être signé, le temps n’est plus aux états d’âme mais à l’action pour une libéralisation réussie.

L’accord sur l’Open Sky sera validé le 11 décembre ; il deviendra effectif quand il sera approuvé par le gouvernement et signé par le Ministre du Transport d’ici quelques semaines.

Cet accord, pourtant attendu depuis des années, semble susciter plus de réserves que d’enthousiasme. Aux vieilles lunes de ceux qui restent arcboutés au modèle économique du charter, s’ajoutent aujourd’hui les réserves de certains concernant l’exclusion de l’aéroport de Tunis, qui restera en dehors de l’accord pour une période de 5 ans.

L’expérience marocaine

Le débat sur l’Open Sky ne faisant que commencer, il est bon de rappeler ici quelques faits et chiffres par rapport à l’expérience marocaine de libéralisation du ciel.

Un bon accord Open Sky doit-il d’emblée être total ?

La réponse est non au vu l’expérience marocaine où une période de libéralisation partielle du ciel a été appliquée pendant 3 ans (2004-2006).

Impact de l’Open Sky sur la desserte du pays

Pour le cas du Maroc, la desserte aérienne internationale a presque triplé en quelques années d’Open Sky, passant de 560 fréquences/semaines en 2004 à 1320 fréquences en 2010. Ces fréquences ne sont pas toutes le fait de compagnies low-cost. Le Maroc accueillait 44 compagnies aériennes en 2010, contre seulement 22 avant l’accord d’Open Sky.

Impact de l’Open Sky sur le trafic

De 5,2 millions de passagers internationaux avant l’Open Sky, le Maroc est passé à 13,6 millions de passagers en 2010.

Impact sur les tarifs

Au Maroc, entre 2004 et 2010, le tarif moyen des billets d’avion a enregistré une baisse de 37%.

Impact sur la Royal Air Maroc

Malgré une baisse de sa part de marché de 62% à 47%, la RAM a doublé son trafic de 3,2 millions de pax avant l’Open Sky à 6,3 millions de pax en 2010. Le nombre d’avions de la RAM est passé durant cette même période de 30 avions à 54 avions, et son chiffre d’affaires a atteint 11,4 milliards de dirhams en 2010 contre seulement 7,1 milliards avant la libéralisation du ciel.

Ces faits et chiffres ne devraient-ils pas nous inciter, au lieu de nous lamenter sur un modèle économique mourant, à concentrer notre énergie à préparer les conditions d’une libéralisation réussie ? Il nous faut, entre autres, répondre en urgence aux véritables questions que nous pose la nouvelle situation que créera cet accord, à savoir :

- nos aéroports “libérés” seront-ils à même de fournir les services qu’exigent les compagnies aériennes low-cost, notamment en termes de handling ? (le temps d’escale d’un low-cost est de l’ordre de 20 minutes) ;
- nos hôtels sont-ils prêts pour une vente en “package dynamique”, non seulement via les OTA, mais aussi à travers leur propre site internet marchand et un personnel qualifié pour ce nouveau type de distribution ?
- de même, nos agences de voyages seront-elles capables de vendre les circuits et les excursions en ligne, ou laisseront-elles ce travail aux quelques agences réceptives dont bon nombre appartiennent soit à des TO européens, soit à des groupes hôteliers tunisiens ?

A suivre.

Lotfi Mansour

Tunisia Mall : inauguration en grande pompe

Il y avait foule hier à Tunisia Mall 2, extension du luxueux centre commercial des Berges du Lac : sept cents invités issus de divers secteurs et une délégation officielle comprenant plusieurs personnalités politiques dont Mme Selma Elloumi, Ministre du Tourisme et de l'Artisanat, pour l'inauguration officielle.

Ce centre totalise désormais 65000 m^2 de boutiques, restaurants et lieux de récréation (dont le nouvel espace de fitness de la chaîne California Gym, d'une surface de 1500 m^2). Le Tunisia Mall vient ainsi renforcer l'attractivité de la capitale en tant que destination de shopping et de loisirs pour les Tunisiens, mais aussi pour les touristes étrangers, notamment les Maghrébins dont le nombre s'est élevé à plus d'un million l'année écoulée pour le seul Tunisia Mall 1, comme l'a rappelé la Ministre du Tourisme.

De Djerba à Tataouine en VTT

La Tunisie c’est beau… à vélo ! Depuis vingt-cinq ans, des passionnés se retrouvent chaque année à Djerba pour faire le Sud tunisien en VTT. Pistes le long de la mer, vieilles mosquées, villages perchés, oasis, ksour abandonnés et descentes vertigineuses… un défi sportif et des paysages plein les yeux !

Cela fait vingt-cinq ans que ça dure et l’organisateur du **Rando-Raid VTT**, Pierre Rossé, n’est pas près d’arrêter : *« Le jour où le tourisme tunisien sera à son bon niveau de perception par les Occidentaux, le Sud tunisien deviendra une destination référente pour la marche et le trekking dans tout le bassin méditerranéen. Il y a des spots énormes et les infrastructures sont extraordinaires ! »*, s’exclame-t-il *(voir l’interview ci-dessous)*.

Pendant une semaine, du 22 au 29 octobre, amateurs et sportifs confirmés se sont retrouvés pour affronter les pistes de Djerba et du Sud tunisien, des collines de Guellala aux vieilles ghorfas de Ksar Haddada.

La manifestation était organisée par l’association Rallye Raid VTT Aventure et le magasin La Cyclerie, avec l’appui de l’hôtel Hari Club Beach Resort Djerba pour l’hébergement, le voyage et la logistique.

Départ de l’hôtel Hari Club Beach Resort Djerba : 5 jeunes de l’équipe du Sultanat d’Oman ont participé au raid

En vidéo : 250 km à VTT par les pistes, de Djerba à Tataouine

(images fournies par Rallye Raid VTT Aventure)

BULLS

BULLS

BULLS

Trois questions à Pierre Rossé, organisateur du Rando-Raid VTT

Le Tourisme

Racontez-nous comment est né ce raid…

Au départ, il y a mon histoire personnelle avec la Tunisie. En 1976, alors que je pratiquais la compétition de vélo sur route, j’ai eu la chance d’être sélectionné par l’équipe de France pour faire le tour cycliste de la Tunisie. Trois années de suite, j’ai ainsi découvert, un pays, une culture… et l’huile d’olive qui n’était pas du tout connue à l’époque ! C’est ainsi que j’ai noué des amitiés en Tunisie et que j’ai pris l’habitude d’y venir chaque année passer des vacances en famille.

L’année de la guerre du Golfe, j’ai découvert Tozeur car il n’y avait plus d’avion direct pour Djerba depuis Toulouse… J’organisais déjà un stage en Espagne pour mes copains de club, et l’idée de lancer un raid a pris corps grâce à mes amis tunisiens. J’ai découvert un autre pays : le Sud tunisien par les pistes, et j’ai eu le coup de foudre. La première édition est partie en 1992 de l’hôtel Hari Club de Djerba ; aujourd’hui, c’est un retour aux sources avec mes amis.

Qui sont les participants ?

Ils viennent de toute la France mais il y a toujours eu des Tunisiens avec nous. En 1992, grâce à un partenaire qui a offert des VTT, cinq cyclistes tunisiens ont participé dont Zemni, Merdassi, Louati qui étaient de grands champions des années 70. Cette année nous avons 5 jeunes de l'équipe du Sultanat d'Oman : ils participent dans quelques jours au championnat arabe de VTT en Tunisie, et font leur stage de préparation avec nous.

Nous avons aussi compris que pour faire venir les gens tous les ans, il fallait proposer un programme pour les épouses : elles font de la marche sur notre circuit et nous faisons les bivouacs ensemble. Le circuit fait entre 200 et 250 km sur une semaine mais il est accessible à tout le monde. Ceux qui viennent pour la première fois ont les yeux comme ça et promettent de revenir l'an prochain !

Le Sud tunisien, pourquoi ?

Nous avons toujours fait le Sud tunisien, et nous n'avons pas fait deux éditions identiques depuis vingt-cinq ans. On peut y faire dix fois le parcours de cette année avec la même diversité. Le jour où le tourisme tunisien sera à son bon niveau de perception par les Occidentaux, le Sud tunisien deviendra une destination référente pour la marche et le trekking dans tout le bassin méditerranéen. Il y a des spots énormes et les infrastructures sont extraordinaires !

TunisiaTourism.info : un portail dédié au tourisme

MCM lance à la fin de l’année un portail complet de la destination Tunisie. Il rassemblera à la fois un répertoire des hôtels, un guide de la destination et l’actualité touristique à travers un news magazine et une web TV.

TunisiaTourism.info poursuit trois objectifs qui rencontrent les besoins de bon nombre de professionnels du tourisme tunisien, à savoir :

– **faire exister le plus grand nombre d’hôtels tunisiens sur le web** en leur permettant de booster les réservations en direct (soit sur leur propre site web, soit en recueillant des demandes de réservation à travers un formulaire qui leur sera automatiquement adressé) ;

– **fournir aux internautes sur un même portail l’ensemble des informations** dont ils ont besoin : les régions, les expériences à vivre, les possibilités d’hébergement et l’actualité du moment en termes d’événements ou d’activités saisonnières ;

– **faire exister sur le net les produits bien-être et MICE** (Meetings, Incentives, Congress & Events) à travers des rubriques dédiées présentant l’ensemble des centres de thalasso &Spa et les centres de congrès intégrés aux hôtels.

Le lancement de ce site, optimisé pour tablettes et mobiles, est prévu à la fin du mois de décembre 2017 et se fera en 4 langues (français, anglais, allemand et russe). La web TV, TunisiaTourismTV, a opté pour le français et le tunisien avec un sous-titrage en anglais ; elle comptera des émissions à périodicité fixe (quinzomadaire) ainsi qu’un grand nombre de vidéos des régions et produits tunisiens.

D’ores et déjà, un bon nombre d’hôtels et de chaînes hôtelières ont choisi de

figurer dans ce portail et permettent, avec leurs suggestions, d’affiner son contenu. Ayant pour vocation de rassembler le plus grand nombre d’établissements, TunisiaTourism.info accordera une attention particulière aux hôtels indépendants et établissements d’hébergement à taille humaine (maisons d’hôtes, hôtels et résidence de charme…) pour leur permettre d’accéder au portail. A cet effet, une première réunion avec un groupe d’hôteliers indépendants de Djerba sera organisée prochainement à la Résidence Les Jardins de Toumana.

A suivre.

DESTINATIONS

Inscrivez-vous à notre Newsletter

et restez informé de toute l'actualité de la Tunisie

Your email

S'INSCRIRE

TunisieTourisme.info

Lorem ipsum dolor sit amet, dolore consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Infos utiles

- Qui sommes-nous
- Terms & Conditions
- Aide
- FAQ

Destinations

- TUNIS
- LE KEF
- TABARKA
- HAMMAMET
- BIZERTE
- SOUSSE
- MONASTIR
- MAHDIA
- KAIROUAN
- SFAX
- DJERBA
- LE SAHARA

Vu sur notre Instagram

Copyright MCM © 2017. All Rights Reserved.

On reparle d’investissement dans le tourisme

L’Arab Tunisian Tourism Investment Forum s’est tenu ce matin 19 octobre à Gammarth en présence du Chef du Gouvernement Youssef Chahed, de la Ministre du Tourisme et de l’Artisanat, Salma Elloumi Rekik *(photo)*, du Président de l’Organisation Arabe du Tourisme, Bandar Ben Fahd Aal Fahid, ainsi que d’un grand nombre de responsables et hommes d’affaires tunisiens et arabes.

La tenue de ce Forum est en elle-même un signe que le tourisme tunisien tourne peu à peu la page de la crise pour penser à l’avenir. Le programme du Forum est encore plus ambitieux puisqu’il vise à présenter aux investisseurs potentiels un certain nombre de projets étatiques et privés dont 9 stations intégrées, et notamment celle de Hergla à 5 km de l’aéroport d’Ennfidha et sur une superficie de 55 hectares.

Ces projets ainsi que des unités hôtelières proposées à la vente – notamment dans le Sud tunisien – feront l’objet de discussions concrètes entre les parties prenantes du Forum dans le cadre d’un Workshop B2B.

Passage de témoin à Seabel Hotels

Mohamed Belajouza quitte ses fonctions de pdg des sociétés Bel Tourisme et Bel Aladin, qui sont confiées respectivement à Mourad Belajouza et à Rym Ben Fadhel. Un passage de témoin longuement préparé pour une chaîne qui ne manque pas de projets de développement, même si elle est “au piaffer” depuis 2011 suite aux soubresauts vécus par le secteur…

C’est donc une retraite bien méritée pour cet ancien cadre de l’administration (SHTT, Tunisie Bois) qui a su se mettre dans les pas des grands hôteliers tunisiens et se donner une ambition autre que simplement “remplir ses hôtels”. Il fait partie du club restreint de patrons du tourisme

tunisien qui ont endossé pleinement leur rôle de “chefs d’entreprise” en gérant directement leurs unités, en prônant une collaboration équilibrée avec les TO et en développant une marque hôtelière connue et reconnue, tant sur le marché local que sur les marchés internationaux. Une stature qui lui a valu la reconnaissance de ses pairs qui l’ont conduit à deux reprises à la tête de leur fédération, la FTH.

Mohamed Belajouza semble avoir attendu, pour se retirer, de mener à son terme le développement de l’application mobile Seabel Hotels (une première pour une enseigne tunisienne, voir **article**). Un projet qu’a voulu accompagner cet homme pourtant allergique aux ordinateurs et aux téléphones portables, mais qui n’en est pas moins un grand adepte de la communication sous toutes ses formes ; un dirigeant fermement convaincu que, comme il aime à le dire, *« un bon patron ne fait pas, il sait faire faire »*.

Lotfi Mansour

A gauche : Mohamed Belajouza, membre de la FTH

Avec René-Marc Chikly, alors pdg de Jet Tours

Président de la FTH, avec Raouf Jomni et Tijani Haddad

Sousse s’enrichit d’un LTI et deux Radisson Blu

De nouvelles enseignes internationales s’implantent à Sousse : le Bellevue Park devient un LTI, et Chems El Hana un Radisson Blu.

Le Bellevue Park à Port El Kantaoui, appartenant à Hichem Driss, a signé avec LTI un contrat de gestion pour compte. Il devient ainsi le premier établissement de LTI sous ce type de contrat en Afrique, l’enseigne du groupe DER Touristik étant habituée aux contrats de franchise. L’hôtel rouvrira ses portes au mois de janvier 2018 après rénovation complète et accès à la catégorie 5 étoiles. Christian Grage, Directeur Général de DER Touristik Hotels, a déclaré à cette occasion que son groupe continuera à rechercher *« des partenaires expérimentés et tournés vers l’avenir »* afin d’offrir *« de*

nouvelles perspectives et de nouvelles expériences aux vacanciers comme aux employés ».

Signature du contrat avec Hichem Driss, propriétaire du LTI Bellevue Park (au centre), Christian Grage, directeur général de DER Touristik Hotels (à droite) et Rolf Krahl, directeur financier de DER Touristik Hotels (à gauche)

Par ailleurs, la région de Sousse comptera dans les mois à venir deux nouveaux Radisson Blu, appartenant tous deux à Moez Driss. Le premier, le Radisson Blu Resort & Spa de catégorie 5 étoiles (ex Chems El Hana) ouvrira ses portes dès le mois de juillet prochain ; Lotfi Mosbahi (anciennement à El Mouradi Africa Tunis, puis La Cigale Tabarka) en sera le Directeur Général, et M^{ed} Ali Annabi (anciennement au Radisson Blu Hammamet) le Directeur Commercial. Le second Radisson Blu (ex El Hana) ouvrira début 2018.

Lotfi Mosbahi, Directeur Général du nouveau Radisson Blu à Sousse, et M^{ed} Ali Annabi, Directeur Commercial

Expo Dougga à l’UNESCO

A l’occasion du 20e anniversaire de l’inscription du site de Dougga sur la Liste du Patrimoine mondial, une exposition de photos et de pièces archéologiques sera présentée au public au siège de l’UNESCO à Paris, du 12 au 20 mai.

L’exposition photographique associe des vues actuelles du site (fournies par MCM) et des documents historiques qui montrent notamment les travaux de restauration effectués au début du XXe siècle. On peut ainsi y voir comment le célèbre mausolée numide – détruit en 1840 par le consul d’Angleterre pour en prélever une inscription bilingue libyco-punique, qui est conservée aujourd’hui au British Museum – a été reconstruit entre 1908 et 1910.

Organisée par la délégation permanente de la Tunisie auprès de l’UNESCO avec le concours du ministère du Tourisme, l’exposition est accompagnée d’une brochure (réalisée par MCM/Dad éditions qui sont sponsors de l’événement).

Le site de Dougga, inscrit par l’UNESCO en 1997, est à la fois l’un des plus spectaculaires de Tunisie et un des plus riches d’enseignements. On y voit en effet un tissu urbain et plusieurs monuments en excellent état de conservation, tandis que les fouilles ont livré d’innombrables informations sur l’ancienne ville numide et son évolution à l’époque romaine (lire notre article **“Dougga : nos ancêtres les Numides”**).

Vue depuis le Capitole

Le temple de Juno Caelestis

La restauration du mausolée numide

Brochure accompagnant l’exposition