A Djerba, l’air est si doux…

Non, Flaubert n’a pas dit qu’ “à Djerba, l’air est si doux qu’il empêche de mourir”… mais il aurait pu !

(photo : Imed Dhaouadi)

Le prochain **Sommet de la Francophonie**, prévu en novembre 2021 sur l’île de **Djerba** *(mais finalement reporté à 2022)*, est l’occasion de se pencher sur la relation entre l’ “île des Lotophages” et un des plus grands écrivains français, **Gustave Flaubert**.
On répète souvent, en effet, cette phrase attribuée à Flaubert : *“à Djerba, l’air est si doux qu’il empêche de mourir”*.

Et il est vrai que le climat de Djerba est des plus doux qui soient. Située très au sud, face au Sahara, elle reste tempérée et agréable toute l’année. Un ouvrage paru en 1937 affirmait : *“à Djerba vous découvrirez la cinquième saison … ce climat spécial à l’île de Djerba, si étrange, fait de sécheresse extrême, de brise marine, de fraîcheur et de rosées nocturnes, de quelque chose de rationnel, de tempéré en tout”* (Emmanuel Grévin, “Djerba, l’île heureuse”).

La partie nord de l’île, en particulier, est soumise à une brise rafraîchissante et on y cultive de jolis jardins d’arbres fruitiers.
Dans l’Antiquité, les riches propriétaires de **Meninx** – l’ancienne capitale de l’île, située au sud – passaient volontiers l’été dans leurs belles résidences de la partie nord, près de la ville antique de Girba qui a ensuite donné son nom à toute l’île.

Salammbô n’était pas djerbienne

Première surprise : Flaubert n’a jamais mis les pieds à Djerba.
Il s’est bien rendu en Tunisie en 1858 pour préparer l’écriture de son grand roman orientaliste “**Salammbô**”. Mais il n’y a visité que le Nord et l’Ouest, depuis la région de Carthage jusqu’au Kef.

Alors d’où vient cette phrase si souvent citée à propos de Djerba ?

L’action du roman de Flaubert débute *“à Mégara, faubourg de Carthage, dans*

les jardins d'Hamilcar". C'est aujourd'hui La Marsa à côté de Tunis.
Elle s'appuie sur un épisode historique authentique : en 241 avant J.-C., la cité antique de **Carthage** a fait face à la révolte de son armée de mercenaires.
Flaubert invente deux personnages : Mâtho, l'un des chefs mercenaires, et Salammbô, fille d'un des magistrats de Carthage.

Une île couverte de poudre d'or

C'est pour séduire Salammbô que Mâtho lui promet de l'emmener dans une île merveilleuse en lui murmurant ces mots :

"Au-delà de Gadès, à vingt jours dans la mer, on rencontre une île couverte de poudre d'or, de verdure et d'oiseaux. Sur les montagnes, de grandes fleurs pleines de parfums qui fument se balancent comme d'éternels encensoirs ; dans les citronniers plus hauts que des cèdres, des serpents couleur de lait font avec les diamants de leur gueule tomber les fruits sur le gazon ; ***l'air est si doux qu'il empêche de mourir****."*

En partant de Carthage, Djerba se trouve effectivement au-delà de **Gabès**, ville-oasis tunisienne bien connue et prospère dans l'Antiquité (lire : **Oasis – nos ancêtres faisaient de la permaculture !**).
Mais les Carthaginois, excellents navigateurs, mettaient certainement beaucoup moins de vingt jours pour y parvenir !

De plus Flaubert n'écrit pas Gabès mais **Gadès**, qui est le nom antique de… Cadix en Espagne !
Flaubert était bien renseigné : au temps de l'Empire romain, le trajet Carthage-Cadix s'effectuait en 13 jours, comme le montre **la carte interactive conçue par l'Université de Stanford**.
C'est après avoir assimilé les techniques des Carthaginois que les Romains étaient devenus maîtres de la Méditerranée. Quelques siècles plus tôt, le même trajet pouvait donc prendre une vingtaine de jours.

Ainsi l'île de Mâtho, certainement imaginaire, était située au large de l'Espagne.

Des citronniers, mais pas de montagnes !

En réalité, Djerba ne ressemble guère à la description donnée par Flaubert.

Certes, on y voit de magnifiques fleurs, des oiseaux de toutes sortes, des citronniers (et beaucoup d'oliviers et de palmiers).
Ses paysages sereins, sablonneux et inondés de lumière, semblent bien *"couverts de poudre d'or"*.

Mais la verdure et le gazon y sont rares. Surtout, le relief de Djerba est aussi doux que son climat : on n'y trouve aucune montagne !
Et bien sûr, aucun serpent à dents de diamant pour cueillir les citrons.

Reste que "Salammbô" est un monument de la littérature française, même si sa vision de Carthage est quelque peu faussée par l'état des connaissances et les fantasmes de son époque.
Reste aussi que Djerba est bien ce morceau de bout du monde, cette **île paradisiaque** à l'orée du Sahara, dont les paysages font rêver. Et en effet, l'air y est si doux, si doux…



Guillemette Mansour

« I want my money back »

Quand le tourisme peut financièrement se suffire à lui-même…

Le secteur du tourisme est-il condamné à vivre de projets de réforme qui ne feront qu'attendre, « faute de budget », comme on se plait à le dire depuis des années ? Est-il condamné à vivre au rythme des programmes que tel ou tel bailleur de fonds voudrait bien lui accorder ?

Au risque de choquer les gourous du ministère des Finances, la réponse est non.

Prenons le cas de trois surtaxes appliquées exclusivement au secteur du tourisme et du voyage :
– le timbre de voyage payé par les voyageurs résidents,
– la taxe d'hébergement payée par les touristes séjournant en Tunisie,
– et la taxe FODEC payée par les entreprises de tourisme.

Ces surtaxes représentent (année 2019) 166 milliards pour la première (sans compter les résidents étrangers et les étudiants), 50 milliards au bas mot pour la deuxième, et environ 10 milliards pour la troisième, soit un total de 226 milliards chaque année qui tombent dans l'escarcelle de l'Etat ; ceci en plus des milliards que payent le secteur et ses entreprises sur leur exploitation et leur chiffre d'affaires en devises sans qu'on leur reconnaisse un quelconque statut d'exportateur.

226 milliards de millimes (266 millions de dinars) chaque année donc, soit presque deux fois le programme Tounes Wejhatouna et ses 50 millions d'euros sur cinq ans.

226 milliards, soit plus de 5 fois le budget de promotion de la destination.

226 milliards, de quoi financer l'ensemble des réformes prévues par les Assises du Tourisme.

226 milliards qui permettraient largement de financer deux projets structurants nécessaires (et pas suffisants) pour mettre notre secteur sur la voie du salut.

Deux projets structurants

• **Gouvernance et décentralisation**

Puisqu'il est évident que la promotion des régions et la création de marques régionales ne pourront se faire avec des Commissariats au Tourisme dont le budget suffit à peine à leur fonctionnement, et puisque notre ministère a approuvé la création, via le programme Tounes Wejhatouna, de DMO ou organismes de gestion de destination dans plusieurs régions, le temps n'est-il pas venu de réfléchir à la pérennité de ces DMO ? Ne faut-il pas dès maintenant penser à transformer tous les Commissariats en Offices de Tourisme régionaux qui seraient, comme cela se fait ailleurs, gérés sur le principe des DMO et financés par la taxe d'hébergement, soit 50 milliards à répartir sur 17 régions selon leurs nuitées ?

• **Développement du tourisme local**

On peine à trouver un responsable de l'Administration ou des fédérations professionnelles qui soit contre le principe d'un développement du tourisme local. Cependant, aucun plan de développement concret n'a pu voir le jour.

Aucun responsable ne s'est posé la question de savoir comment faire passer le tourisme intérieur de quelque 15% ou 20% de l'activité du secteur à au moins 50%, comme c'est le cas dans les destinations où le tourisme est stratégique pour l'économie du pays (dans les pays de l'OCDE, le tourisme interne représente une moyenne de 75% de l'activité touristique).

Il s'agit donc bel et bien d'élargir le marché intérieur à de nouveaux consommateurs qui n'ont pas eu jusque-là l'envie ou les moyens d'y accéder. Il est évident que cet objectif de multiplier par 3 la taille du marché local n'est pas réalisable par les promotions tarifaires épisodiques que pratiquent nos agences de voyages et hôtels.

Sans entrer dans les détails de la proposition, inopérante et insensée, avancée par certains de confier les chèques vacances aux émetteurs des chèques restaurants, il est évident que l'élargissement du marché intérieur passe par un soutien à la demande dont l'un des mécanismes serait la création

d’un fonds de tourisme social, à l’instar de ce qui existe dans des pays bien plus libéraux que nous.

Faute d’un consensus sur un organisme émetteur de chèques vacances qui consacrerait une partie de ses revenus à faire partir en vacances des Tunisiens qui ne le peuvent pas, le timbre de voyage peut, en partie, alimenter un tel fonds de tourisme social.

Mieux encore, le timbre à lui seul peut alimenter un « fonds de développement du tourisme local » qui assurerait les bouffées d’oxygène dont nos entreprises ont besoin en temps de crise et durant les saisons basses.

On entend déjà la réponse standard de nos financiers : une taxe qui entre au trésor public est définitivement blanchie (noircie ?) en « argent public ». Oui, mais pas quand il s’agit de taxe à la limite de la légalité. Le timbre de voyage est, en effet, une aberration tunisienne qui restreint le droit au déplacement et au voyage. Une taxe liberticide qui pourrait retrouver un semblant de légalité si elle était justifiée par la solidarité avec les Tunisiens qui ne peuvent jouir du droit constitutionnel d’accès aux loisirs, et à celui de connaître leur propre pays.

Quant à la taxe d’hébergement, destinée à faire payer aux touristes une quote-part pour le soutien aux produits de base qu’ils sont censés consommer, elle deviendra bientôt caduque du fait du remplacement annoncé de cette politique de soutien par une aide ciblée aux plus démunis…

« I want my money back »

« *I want my money back* » pourrait presque être un slogan pour une prochaine manifestation des professionnels du tourisme. Une phrase devenue célèbre depuis qu’elle a été prononcée par Margaret Thatcher en 1979, lors d’un sommet de la communauté européenne, et par laquelle elle signifiait qu’elle n’était plus prête à donner aux institutions européennes plus qu’elle n’en recevait.

Le secteur du tourisme tunisien et ses entreprises peuvent, eux aussi, en dire autant, et réclamer un traitement de la part de l’Etat à la mesure de

leur apport aux caisses dudit Etat.

L’argument du « manque de budget » n’est plus recevable quand il s’agit de la survie d’un secteur.

Lotfi Mansour

Vidéo – Houssem Ben Azzouz : il faut un soutien à la demande locale

Dans cet entretien, le Président de la FI2T (Fédération Interprofessionnelle du Tourisme Tunisien) dresse les grandes lignes d’une feuille de route pour le secteur et pour la fédération elle-même.

Le petit poucet des fédérations du tourisme ne semble pas manquer d’idées, comme celles d’un soutien de l’Etat à la demande locale, d’une sortie de la gestion monoproduit et d’un développement des régions intérieures. Avec en toile de fond un appel à un “tourisme de développement”, par opposition à un “développement du tourisme” qui ne rechercherait que la croissance des entrées internationales.

Si la FI2T, comme elle l’a toujours fait, plaide la cause de la diversification du produit comme moyen de lutte contre la saisonnalité de l’activité touristique et de l’amélioration des recettes internationales du secteur, elle semble donc élargir son champ d’action et de réflexion au renforcement du marché local, ainsi qu’à l’évolution des méthodes de gestion et de gouvernance du secteur.

A ce propos, Houssem Ben Azzouz se prononce en faveur de l’expérience DMO (Destination Management Organization ou Organisme de Gestion de Destination) sans réserve si ce n’est celle d’assurer leur pérennité financière.

Néji Mhiri n’est plus

Néji Mhiri, le président fondateur du groupe Meublatex et de la chaine El Mouradi Hotels, s’est éteint aujourd’hui. Il restera dans notre mémoire comme le chef de file d’une approche industrielle de l’hôtellerie et du tourisme.

Une approche qu’il a eu le temps de méditer en côtoyant les grands industriels européens du meuble dans les années 1970 ; des industriels parmi lesquels n’ont survécu que les adeptes du low-cost – fût-il de qualité comme Ikéa. Maîtrise des coûts et ratios de gestion sont des principes qu’il a érigés en dogmes.

A l’orée des années 2000, non satisfait d’avoir atteint le rang de première chaîne hôtelière en Tunisie en une dizaine d’années, il s’est attelé à en parfaire la gestion, en s’associant à la chaîne Sol Meliá en 1996, et l’offre, avec la création de plusieurs centres de thalasso, de congrès ou encore de tour-opérateurs dans plusieurs marchés émetteurs.

Il a aussi été le premier et le seul dans l’hôtellerie tunisienne à mettre en place une stratégie pour le tourisme sportif avec la création de plusieurs complexes pour l’entrainement des équipes professionnelles (Tabarka, Port El Kantaoui).

La qualité n’était jamais pour lui une excuse pour satisfaire son ego ou ses lubies personnelles : seule comptait la qualité perçue par le client et le prix qu’il était prêt à y concéder. Les coûts et le management des hôtels étaient tenus au respect de cette règle. Ainsi aimait-il répéter : « Un directeur général d’hôtel qui ne sait pas lire un compte d’exploitation ne peut être un directeur général ».

Ainsi en est-il aussi de sa décision de s’associer avec la chaîne espagnols Sol Meliá pour « mieux apprendre», disait-il, et maîtriser ces fameux ratios de gestion, mais sans jamais dévier de son objectif de rester avec ses équipes le maître à bord d’El Mouradi.

L’association s’arrêtera en 2000 avec les velléités de Sol Meliá de

s’immiscer dans l’exploitation des hôtels.

Aujourd’hui qu’il nous quitte, on aimerait retenir qu’il a été le seul promoteur hôtelier a essayer d’engager la bataille du tourisme dominant en Méditerranée qu’est le tourisme de masse avec les armes de ses concurrents européens : taille critique, intégration verticale et horizontale, adéquation entre coût et prix de vente…

Personnellement, je retiendrai de lui une histoire qu’il m’a racontée il y a plus de vingt ans, et qui le résume assez bien comme personne et comme dirigeant : « Etant industriel du meuble, raconte-t-il, j’effectuais souvent des visites à mes donneurs d’ordre en Europe. Certains me recevaient dans des sièges sociaux somptueux, d’autres dans de simples bureaux au sein de leur usine. Quelques années après, seuls les seconds ont survécu ».

C’est ainsi que la première chaîne tunisienne n’a jamais eu de siège social, hormis des bureaux au sein d’un hôtel à Port El Kantaoui.

Lotfi Mansour

Néji Mhiri (à dr.) avec les dirigeants de Sol Meliá en 1996



Tourisme : les DMO, ça marche

La réunion du premier conseil de pilotage du projet “Les destinations du Sud-Est” vient non seulement entériner la viabilité des DMO Dahar et Djerba, mais annonce aussi l’accélération de la création des DMO Tunis-Carthage, Mahdia, Zaghouan et El Kef.

Le DMO (Destination Management Organisation) ou OGD (Organisme de gestion de la destination) est le nouveau modèle de gouvernance du tourisme consistant à fédérer l’ensemble des acteurs touristiques privés et publics pour optimiser la gestion d’une destination, et pour lequel l’OMT a mis en place un système de certification UNWTO.QUEST.

Le premier de ces organismes en Tunisie a vu le jour en 2018 avec le DMO Jebel Dahar sous la forme d’un syndicat professionnel (FTADD) et grâce au

soutien du Secrétariat d'Etat suisse à l'économie (SECO) via l'association Swiss Contact.

Ce dernier ayant servi de projet pilote, celui de Djerba vient de voir le jour dans le cadre du projet Destinations Sud-Est, objet de la réunion d'aujourd'hui entre le Ministre du Tourisme, l'Ambassadeur de Suisse, Swiss Contact et l'ensemble des intervenants publics et privés. Lors de cette réunion, le Ministre du Tourisme a appelé à *« généraliser cette expérience pilote à d'autres destinations régionales »* notamment en coopération avec le programme Tounes Wejhatouna de l'Union Européenne et la GIZ.

Les régions concernées par ces créations de DMO seront Tunis-Carthage, Mahdia, Zaghouan et El Kef. Il s'agirait pour chacune de ces régions de trouver un positionnement qui lui est propre et à partir duquel se construirait sa stratégie touristique. En effet, si le Dahar se prévaut de son "authenticité" avec sa base line *« Voyage en terre authentique »* et les thématiques d'un tourisme durable, Djerba devrait mettre en avant ses atouts culturels, sans nier pour autant son statut de grande destination d'agrément ni son rang de première destination de thalassothérapie du pays.

De même pour la région de Tunis-Carthage qui devrait capitaliser sur ses nombreux atouts (touristiques et para-touristiques, culturels…) pour s'affirmer en tant que grande destination d'affaires, de congrès et d'incentives.

Ainsi, le lancement des DMO régionaux répond à l'une des recommandations des Assises du Tourisme (2017) : *« adopter une approche marketing pour le pays, par produits et par région »*. A charge de l'ONTT maintenant d'*« assurer une cohérence globale entre les différents niveaux de communication (Tunisie vs régions) »* comme le préconise le rapport final des mêmes Assises.

Lotfi Mansour

Vincci fête ses 20 ans

S’il y a une chaîne hôtelière européenne dont la création reste intimement liée à la Tunisie, c’est bien la chaîne Vincci Hoteles. Son promoteur feu Rufino Caléro en a décidé l’implantation en 2001 presque simultanément en Espagne et en Tunisie, puis au Portugal.

Vincci Hoteles fête aujourd’hui son 20e anniversaire en se prévalant de sa fidélité à ces 3 destinations où elle compte 37 hôtels de catégories supérieures (dont 5 en Tunisie et 3 au Portugal). Vincci Hoteles, que dirige aujourd’hui Carlos Caléro, le fils du fondateur, maintient la même stratégie d’implantation : *« La chaîne a eu la proximité comme base de son développement, en pariant de manière claire sur le Portugal et la Tunisie où actuellement la chaîne ne se contente pas de maintenir sa présence mais aspire à l’augmenter »*, précise un communiqué de la chaîne espagnole.

Crise du COVID oblige, Vincci vient de lancer un nouveau label Vincci Care, qui sous tend un engagement de la chaîne pour la sécurité de ses hôtes et employés.

Les hébergements alternatifs sur tunisiatourism.info

L’ONTT vient de conclure un accord avec le portail tunisiatourism.info pour un référencement gratuit de tous les gîtes ruraux et maisons d’hôtes agréés. Et pour plus de visibilité, ces hébergements arboreront bientôt un logo distinctif.

Bientôt tous les **gîtes ruraux et maisons d’hôtes agréés** (ou qui le seront jusqu’à la fin de cette année) seront référencés sous formes de fiches en 4 langues sur le portail de promotion du tourisme **tunisiatourism.info**. Ce référencement, voulu par l’**ONTT** pour soutenir la commercialisation des

hébergements dits alternatifs, sera **gratuit** (jusqu'au 31/12/2023) et permettra une **réservation en direct** également gratuite.

En effet, les clients potentiels, après avoir sélectionné leur établissement agréé dans la langue de leur choix (**français, anglais, allemand ou russe**), seront orientés vers le site de cet établissement pour y effectuer leur réservation (ou, à défaut, par mail).

En outre, tous les établissements référencés arboreront bientôt le **nouveau logo** "établissement agréé", conçu par l'agence **Ant Agency**, que vient d'adopter l'ONTT.

Enfin, un **guide bilingue** (français/anglais) en papier sera édité d'ici le mois de juin où figureront tous les gîtes ruraux et maisons d'hôtes sous forme d'une fiche de présentation d'une page.

Pour bénéficier du référencement sur tunisiatourism.info et dans le guide, tous les gîtes ruraux et maisons d'hôtes agréés sont invités à adresser au plus tôt une description de leur unité en français (l'indication d'une fourchette de prix de la chambre est souhaitable), une copie de leur titre d'agrément ainsi qu'une sélection de 10 photos à l'adresse suivante : **contact1@mcmcommunication.tn**.

(NB : le portail tunisiatourism.info est momentanément inaccessible suite à l'incendie des serveurs d'OVH à Strasbourg, il sera rétabli très prochainement)

Signature de la convention sur l'hébergement alternatif entre Moez Belhassine, DG de l'ONTT, et Lotfi Mansour de MCM/tunisiatourism.info



Khaled Chelly à la tête de Tunisair

Khaled Chelly devrait être le prochain pdg de la compagnie nationale. Actuellement Directeur de Tunisair au Canada, il avait successivement occupé la Direction générale de Tunisair Express et de l'OACA. Sa nomination est donc celle d'un fin connaisseur des arcanes de Tunisair, et donc un gage d'efficacité ou du moins de gain de temps, en attendant l'argent que le gouvernement se devrait d'injecter dans le groupe pour permettre son maintien.

Le test pour le nouveau pdg, qu'on dit "Ennahda compatible", sera de savoir s'il se positionnera en adepte de la "stratégie africaine" pour Tunisair comme sa prédécesseure. Une stratégie dans laquelle certains observateurs voient la main d'Ennahda avec un objectif non avoué de *« tourner le dos à l'Europe et donc au tourisme »*. D'autres jugent qu'une telle stratégie serait « *inopérante »* faute de flotte, et surtout qu'elle priverait Tunisair d'un

segment essentiel de son trafic, à savoir la diaspora tunisienne qui se trouve majoritairement en Europe.

A suivre.

Lotfi Mansour

Non-assistance à emplois en danger

Devant la défaillance du gouvernement, les professionnels du tourisme déclarent leur rébellion.

Le gouvernement peut-il longtemps se cacher derrière la feuille de vigne des avis d'un comité scientifique, lui déléguant ainsi le sort de l'économie du pays ? En s'arcboutant sur le test PCR, en étant incapable de débuter un soupçon de campagne de vaccination, en laissant bafouer les moindres mesures anti-Covid dans les lieux publics et jusque dans les transports en commun dont il a la charge, et enfin en autorisant un rassemblement politique de milliers de gens, le gouvernement ne signifie-t-il pas sa défaillance ?

Comment, dans ces conditions, ne pas comprendre la rébellion des fédérations professionnelles du tourisme dont les membres se déclarent, dans un communiqué commun paru aujourd'hui, *« en droit de refuser d'appliquer sous la contrainte des mesures qui relèvent du fait du prince et qui les obligent à fermer leurs entreprises et à mettre au chômage partiel ou total leurs employés »* ?

En effet, ce que le gouvernement fait, ou plutôt ne fait pas, rend inaudible ce qu'il demande de faire aux professionnels du tourisme, de la restauration et du spectacle qui, eux, se sont montrés beaucoup plus diligents que lui à appliquer les protocoles sanitaires anti-Covid.

Un an après le début de la crise COVID, le gouvernement peut-il décemment continuer à sacrifier les entreprises et les emplois tout en se montrant

incapable de prendre de réelles mesures d'accompagnement, si ce n'est des prêts bancaires dont personne ne voit la couleur ou si peu ? Peut-il encore se cacher derrière le test PCR, alors que des pays comme la Suisse, par exemple, autorisent d'ores et déjà le test antigénique moitié moins cher ?

Ce gouvernement peut-il sans conséquences continuer plus longtemps à entretenir le flou sur un éventuel assouplissement des règles d'entrée en Tunisie, empêchant ainsi toute programmation aérienne de la destination pour l'été ? A l'intérieur même de nos frontières et en l'absence d'un plan de vaccination, qu'a prévu le gouvernement pour les Tunisiens résidents et non résidents qui ne manqueront pas de célébrer des mariages, des retrouvailles et des rassemblements familiaux en tous genres ?

La menace des professionnels de ne plus se soumettre à la fermeture de leurs établissements, si elle est rendue effective, risque de donner lieu à une bataille juridique inédite dont le gouvernement n'est pas assuré de sortir vainqueur.

Lotfi Mansour

La charfiya, une méthode de pêche astucieuse et écologique

Nouvellement reconnue par l'**UNESCO** comme Patrimoine Culturel Immatériel de l'Humanité, la pêche à la *charfiya* utilise des installations en palmes taillées et fichées dans les fonds marins, à faible profondeur. Ces murs de palmes sont judicieusement orientés en fonction des marées, et dirigent les poissons vers des pièges en fibres de palmes où ils sont conservés vivants.

La pêche à la *charfiya* est une véritable institution aux îles **Kerkennah**. Ces pêcheries fixes se transmettent souvent de père en fils. Leur construction et leur entretien donnent lieu à des cérémonies et rituels qui réunissent l'ensemble de la communauté. Ce procédé exploite les particularités de l'archipel Kerkennah : existence de hauts fonds et de marées, abondance du

palmier.

Pour les mêmes raisons, il est aussi connu et utilisé sur l’île de **Djerba**.

Lire plus sur **TunisiaTourism** : **La pêche à la charfiya, patrimoine immatériel de l’humanité** .

(Photo : une charfiya *à Djerba)*
