Le Bardo couleur Orange

Un guide de visite numérique du Musée du Bardo, élaboré par Orange, sera mis à disposition des visiteurs et téléchargeable sur Smartphone.

Grâce à un partenariat entre l'opérateur Orange, l'Institut national du patrimoine et l'Agence de mise en valeur du patrimoine, le guide de visite numérique du Bardo a vu le jour. Lors de sa présentation officielle, le Ministre de la Culture Mourad Sakli a chaleureusement remercié l'opérateur français qui réalisait là son premier partenariat avec une grande institution en dehors de la France. *« Valoriser le patrimoine n'est pas vendre le patrimoine »*, a souligné le Ministre, appelant de ses vœux une collaboration pérenne avec l'opérateur – ce qui devrait se réaliser puisque, selon le représentant d'Orange, des guides analogues sont déjà en cours de développement sur la Médina de Tunis, Sidi Bou Saïd, Carthage, Mahdia, Tozeur etc.

Un guide de visite prêté gratuitement par le musée permettra de lire des "tags" placés près des œuvres pour avoir accès aux contenus : fiches de présentation, commentaires audio, plans, jeux, fresque chronologique… En trois langues (français, arabe, anglais), le guide propose trois parcours de visite, dont un pour les enfants avec une "chasse au trésor" à travers les œuvres.

L'application est aussi utilisable avec un smartphone et téléchargeable gratuitement pour les abonnés Orange Tunisie, sur Google Play et bientôt sur AppStore. Ayant déjà réalisé des dispositifs numériques pour des institutions culturelles (musée du Louvre-Lens, Jardins de Versailles, Grand Palais), Orange propose ici, pour la première fois dans un musée en Afrique, un guide basé sur la technologie NFC (near field communication).

Christine Albanel, Directrice exécutive Orange et ancienne ministre française de la Culture, a souligné l'intérêt de ce type de technologie pour intéresser les jeunes à la culture et a indiqué que 65% des Français préparent leurs visites de musées sur internet.

Christine

Albanel (au centre), Directrice executive Orange, et Mourad Sakli, Ministre de la Culture, lors de la présentation du nouveau guide de visite numérique.

Animation culturelle : le Musée du Bardo s’ouvre aux artistes

Jusqu’au 22 juin, une exposition d’art au sein même du département punique du Musée du Bardo.

Le nouveau Musée du Bardo remplit petit à petit sa mission de devenir un lieu culturel vivant. Quatre jeunes artistes ont investi la salle punique pour instaurer un dialogue entre présent et passé : leurs œuvres font face aux vitrines d’art carthaginois dont elles s’inspirent librement. Façon d’interpeller le Tunisien d’aujourd’hui sur son histoire.

L’une des artistes a ressuscité des masques carthaginois pour exprimer toutes les émotions par lesquelles passe le Tunisien d’aujourd’hui. Une autre propose un puzzle pour se lancer dans la reconstitution de Carthage. Une céramiste aligne des signes de Tanit sur lesquels s’appuient des silhouettes humaines…

Dans la ligne de la politique d’animation du musée, un atelier sur les mêmes thèmes destiné aux enfants sera assuré par les artistes à la fin de l’exposition.

Exposition Carth’Art avec Hayfa Ben Thabet, Yosser Halloul (ci-dessous), *Rim Ben Cheikh et Nadhem Hamouda. Département punique, jusqu’au 22 juin.*

“L'indice d'une suite” : cinq artistes à suivre entre Paris et Tunis…

L’exposition “L’indice d’une suite”, une aventure collective de Tunis à Belleville et retour…

Quand cinq jeunes artistes tunisiens se retrouvent du côté de Belleville pour inventer ensemble une exposition, sous l’œil d’un critique d’art, et en interaction avec les passants dans un lieu ouvert au public, que peut-il se passer ? Réponse à Paris le 20 juin…

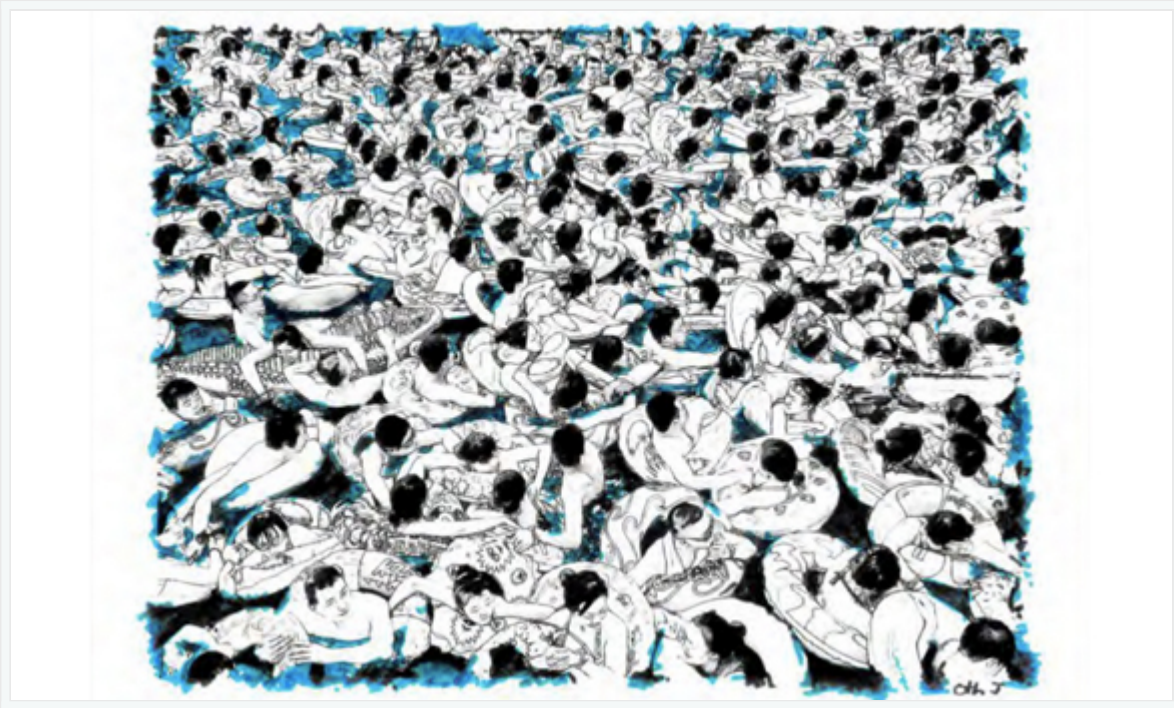
Ce projet au long cours, baptisé “L’indice d’une suite”, initié début 2014, conduira à petits pas jusqu’à un nouveau workshop et une nouvelle exposition “augmentée”, à Tunis cette fois, au premier trimestre 2015. Un projet imaginé par l’association d’échanges culturels franco-tunisiens Kasbah Nova, et animé par l’équipe de l’espace d’art parisien Glassbox pour un atelier original basé sur la rencontre.

Pour les jeunes artistes sélectionnés, une occasion rare de travailler ensemble et de se confronter à des regards différents. Et sans doute des interactions intéressantes avec le voisinage dans l’espace Glassbox, une “boîte de verre” ouverte sur ce quartier populaire et… très tunisien.

Les participants : Ali Tnani et ses installations techno insolites. Selim Ben Cheikh et ses calligraphies de barbelé sur plexiglas. Rania Werda et ses femmes sans visage noyées dans les enluminures. Othmane Taleb et ses foules inconscientes et contradictoires. Hela Lamine et son “Festin des affamés” au goût écœurant de sucreries.

En haut : Selim Ben Cheikh, “Arabian Spider”. Rania Werda.
Ci-dessous : Othmane Taleb, “Crowd on water2”. Ali Tnani, “Crakling data Machine”. Hela Lamine, “Festin des affamés”.

Atelier ouvert au public jusqu’au 19 juin, exposition du 20 au 28 juin 2014, espace Glassbox : 4, rue Moret, 75011 Paris (du mercredi au samedi de 14h à 19h).



Retraite bien méritée pour Kamel Zouaoui

Le départ à la retraite de l’ex-Directeur Marketing par intérim de l’ONTT, Kamel Zouaoui, a rassemblé hier à l’hôtel Africa de nombreux cadres de

l’Office du tourisme. Parmi eux, trois Directeurs généraux : anciens (Raouf Jomni, *à gauche*, et Khaled Bencheikh, *à droite*) et actuelle (Wahida Djaït).

La belle ambiance de la cérémonie et le nombre de cadres rassemblés tranchaient avec la morosité qu’on dit régner au sein de l’ONTT.
A cette occasion, Kamel Zouaoui a été fait Chevalier du Tourisme 2014 et a reçu un certificat de félicitations des mains de la DG de l’ONTT, Wahida Djaït *(photo)*.

René Trabelsi de Royal First Travel *(au centre)* s’est joint à la fête.

Débat : Wahida Djaït à l’écoute des professionnels

Les TO ont commencé à se délester des sièges avions réservés pour l'été, ont alerté les managers du tourisme devant la DG de l'ONTT. Un débat franc et fécond en propositions…

« Sans les professionnels, on ne peut pas avancer » : c'est par ces mots que Wahida Djaït, DG de l'ONTT, a ouvert la rencontre organisée hier par notre journal, à l'hôtel The Residence, avec des managers du tourisme.

Des directeurs marketing et ventes de quelques grandes chaînes hôtelières, des managers et des spécialistes du MICE étaient présents à cette rencontre. L'objectif était de recueillir les propositions des professionnels afin d'optimiser l'action de l'ONTT pour les mois restants de la saison, sans oublier les actions à mener au sein des hôtels pour préserver la qualité. C'est à ce propos qu'elle était accompagnée par le Directeur Central de l'Investissement et du Produit, Hedi Chabaane. Le ton et la démarche n'étaient pas pour déplaire aux professionnels présents.

*Un débat franc et fécond en propositions. De gauche à droite : **Hedi Chabaane** (Directeur Central de l'Investissement et du Produit à l'ONTT), **Wahida Djaït** (DG de l'ONTT) et **Lotfi Mansour** (letourismemagazine.com).*

« 80% des touristes vont aujourd'hui dans 20% des hôtels »

Ce débat intervient la vieille du début d'une haute saison qui s'annonce plus

compliquée que prévue. En effet, au-delà des régressions constatées dans les arrivées de touristes, les managers présents ont tous signalé que certains tour-opérateurs ont d'ores et déjà commencé à se délester des sièges avions prévus pour l'été. Ce qui laisse craindre de moindres performances aussi bien pour nos compagnies aériennes que pour nos hôtels.

La situation semble se détériorer pour l'ensemble des hôtels et des régions, à quelques exceptions près, comme Djerba ou encore les hôtels sous enseigne de TO. Ce qu'Anis Sehili (El Mouradi Hotels) résume par la formule : *« 80% des touristes vont aujourd'hui dans 20% des hôtels »*.

Une situation qui semble se renforcer depuis la Révolution et que subissent les hôtels indépendants sans label de TO. L'absence de l'Open Sky – pour lequel, souligne Mme Djaït, *« il n'y a pas de réelle volonté politique »* – empêche, selon les participants, le développement des courts séjours, principal réservoir de développement de nombreuses destinations dans le monde. Les hôtels de luxe pour clientèle individuelle semblent les premiers à souffrir de cette absence d'Open Sky, comme l'a affirmé Sami Ounalli (Radisson Blu Djerba).

Un budget pour le secteur MICE

Les débats par marché et par produits ont abouti à une convergence des points de vue sur un certain nombre de dossiers :

– L'effort marketing doit être concentré pour cette saison sur les 4 principaux marchés européens (France, Italie, Allemagne, Angleterre) ainsi que sur la Russie. D'autant que *« la première vague de communication pour l'ensemble des marchés a déjà entamé 80% du budget »*, a indiqué la Directrice générale.

– Il est nécessaire de renforcer le dialogue avec les TO pour un engagement plus soutenu sur la destination, notamment au niveau de l'aérien. Un renforcement des liaisons aériennes avec l'Europe sera recherché, notamment pour les courts séjours. Rendez-vous est pris avec Mme Djaït pour examiner le cas de la compagnie espagnole Air Europa qui pourrait ouvrir des lignes sur la Tunisie.

– Chacun s'accorde pour une accentuation cet été des visites de contrôle des

hôtels par l'ONTT qui sera *« intransigeante sur l'hygiène et la sécurité »*, selon les termes de Wahida Djaït. L'annonce faite par Hedi Chabaane de nouvelles normes hôtelières et d'une nouvelle grille de notation des hôtels a recueilli l'approbation des professionnels. Ceux-ci demandent la mise en place d'une communication axée sur l'amélioration de la qualité des prestations.

– Des actions visant la promotion de produits à haute valeur ajoutée devront être programmées. La proposition de programmer un budget pour le secteur MICE a été retenue.

– Une campagne de sensibilisation pour le tourisme local devra être programmée.

(de gauche à droite, en haut) ***Anis Sehili****, Directeur Marketing et Ventes El Mouradi Hotels.* ***Ridha Attia****, DG Vincci Hotels Tunisie.* ***Mohamed Ellouze****, Directeur Marketing et Ventes Vincci Hotels.*

(en bas) ***Anis Meghirbi****, Directeur Marketing et Ventes Seabel Hotels.* ***Sami Ounalli****, Directeur Marketing et Ventes Radisson Hotels Djerba.* ***Arslène Letaïef****, Directeur Général de l'agence MICE Imagine.* ***Karima Ben Moussa****,*

responsable MICE The Residence Tunis.

La FTH hausse le ton

Le communiqué publié par la FTH traduit la déception des hôteliers et de son président, Radhouane Ben Salah.

C'est un véritable réquisitoire que vient de publier la FTH contre le ministère du Tourisme. Son communiqué *(voir texte intégral ci-dessous)* est d'abord l'expression de la déception des hôteliers face à l'inefficacité de l'action du ministère, comme le prouve la baisse continue des entrées européennes qui n'ont, à aucun moment et depuis cinq mois, jamais égalé celles de l'année précédente *(voir* ***notre article****)*.

Le communiqué de la fédération hôtelière est une dénonciation de la méthode Karboul qui *« à force d'hésitation, de manque de concertation et de promesses non tenues, (…) a raté l'occasion qui se présentait à notre secteur de trouver un souffle nouveau »*, précise la FTH. Ce communiqué est enfin l'expression d'une lassitude du « style Karboul » qui *« semble réduire sa mission à communiquer des objectifs qu'aucune action sérieuse ne vient conforter. Comme si l'efficacité se mesurait au nombre d'apparitions médiatiques et non pas au nombre de décisions en faveur du secteur »*, continue le communiqué dont voici le texte intégral.

Communiqué de la FTH du 09/06/2014

« Au début de 2014, le mouvement de sympathie quasi unanime suscité dans le monde par la promulgation de la Constitution et le changement de gouvernement levait l'hypothèque sur la mauvaise image créée par trois années d'instabilité. La FTH était convaincue que le tourisme tunisien allait renouer avec la croissance escomptée. Force est de constater que cinq mois après, nous avons gaspillé ce capital puisque les résultats ne sont pas là. Jugez-en :

Au 31 mai 2014, les nuitées des touristes européens ont diminué de 2% par rapport à 2013 et à 21,3% par rapport à 2010, les entrées sont à -2% par rapport à 2013 et à 32,2% par rapport à 2010 et les recettes en euros sont à -0,8% par rapport à 2013 et à -14,6% par rapport à 2010.
Les prévisions annoncées par le gouvernement deviennent impossibles à réaliser d'autant plus qu'aux régions sinistrées de Tozeur et Tabarka vient s'ajouter la région de Monastir.
La FTH a pourtant pris les devants pour proposer une série d'actions susceptibles de garantir le bon déroulement de la saison (amélioration de l'environnement, de la qualité du produit, les facilités de trésorerie et la dette structurelle etc.).
A force d'hésitation, de manque de concertation et de promesses non tenues, l'administration a raté l'occasion qui se présentait à notre secteur de trouver un souffle nouveau.
Pire encore, notre administration s'évertue à priver l'économie nationale d'entrées en devises dont elle a le plus grand besoin. Il en est ainsi de la réticence incompréhensible à imposer la signature des contrats d'allotement en devises étrangères. Il en est de même concernant la taxe de séjour de 2 dinars : elle sera finalement perçue au niveau des hôtels, alors qu'une taxe de 10 euros perçue aux frontières aurait été plus simple d'application et plus bénéfique au Trésor Public (doublement de la recette).
De plus, les campagnes de propreté, dont le lancement a été largement médiatisé, sont loin de donner les résultats escomptés. La situation dans les aéroports ne semble pas s'améliorer (files d'attente et retards croissants avec l'augmentation du trafic). Last but not least, l'utilisation du Fonds de compétitivité (alimenté par l'argent des professionnels) ne respecte ni la réglementation ni l'usage. Aucune concertation sur l'utilisation du fonds de l'environnement.
Manifestement, notre Ministère semble réduire sa mission à communiquer des objectifs qu'aucune action sérieuse ne vient conforter. Comme si l'efficacité se mesurait au nombre d'apparitions médiatiques et non pas au nombre de décisions en faveur du secteur. Notre Ministère semble avoir renoncé à l'essentiel pour se contenter du superflu. »

Taxe hôtelière : les hôteliers lâchés par l’administration

La taxe de 2 dinars par nuitée et par client sera maintenue comme prévu, provoquant la colère des hôteliers.

La taxe de 2 dinars par nuitée et par client, dont les hôteliers espérait qu’elle serait perçue à l’arrivée aux aéroports et non dans les hôtels, sera maintenue telle qu’elle a été prévue par la loi de Finances N°2012-27 du 27 décembre 2012, et elle sera perceptible à partir d’octobre 2014. C’est ce qui ressort du projet de loi des Finances complémentaire 2014 actuellement en gestation.

Malgré les promesses répétées, notamment par l’actuelle Ministre du Tourisme, d’une taxe de 10 euros par personne perçue aux aéroports comme souhaité par les hôteliers, le Gouvernement ne semble tenir aucun compte des arguments avancés par la FTH.

Le président de celle-ci, Radhouane Ben Salah, laisse éclater sa colère en déclarant que *« le gouvernement ne semble même pas tenir compte de l’intérêt du pays »* puisque, dit-il, la taxe proposée par la FTH, en plus d’être plus simple d’application, rapporterait beaucoup plus au Trésor Public que la taxe de 2 dinars par nuitée.

En attendant sa confirmation, la taxe de 2 dinars risque de provoquer un rejet de la part des hôteliers. Ceux-ci pourraient aller jusqu’au boycott en ne la percevant pas auprès de leurs clients.

IATA : un siècle d’aviation commerciale

Le 70ème sommet de l’IATA fête 100 ans d’aviation commerciale. Syphax Airlines y est présent en tant que nouveau membre.

Du 1er au 3 juin se tient à Doha le 70ème sommet annuel de l’IATA qui fête aussi cette année le 100ème anniversaire de l’aviation commerciale. C’est en effet en janvier 2014 qu’a eu lieu le premier vol payant entre St-Petersburg et Tampa en Floride ; un vol d’une durée de 23 minutes.

En 2013, le trafic aérien a dépassé la barre des 3 milliards de voyageurs et l’IATA prévoit une hausse de 6% en 2014, soit 3,3 milliards de passagers. Le taux moyen de remplissage des avions s’établissait à 79% dans le monde et 69% en Afrique.

Syphax Airlines était le seul représentant du pavillon national à ce sommet. Son PDG, Mohamed Frikha, a reçu à cette occasion son carton de membre de l’IATA *(photo)*.

EARS OF
COMMERCIAL
FLIGHT
its future.
#flying100

Hôtellerie : nomination

Hassen Chaouache a été nommé Resident Manager au Mövenpick Resort & Marine Spa Sousse, hôtel où il occupait jusque-là le poste de DGA en charge des Ventes et du Marketing.

Rappelons que Hassen Chaouache a débuté sa carrière notamment dans les chaînes Hasdrubal en Tunisie et Intercontinental en Allemagne.

Syphax : augmentation du capital

La compagnie Syphax Airlines s'apprête à augmenter son capital à hauteur de 30%.

Après son introduction en bourse l'année dernière, la compagnie Syphax Airlines s'apprête à augmenter son capital à hauteur de 30% ; une augmentation dont les détails seront précisés lors de l'assemblée ordinaire de Syphax qui se tiendra le 28 juin. Cette décision du Conseil d'administration de la compagnie est motivée par la pression qui n'a cessé de s'exercer sur la trésorerie de l'entreprise, du fait d'une prolongation exceptionnelle de la crise en Tunisie.

Cette augmentation de capital pourrait voir la position des investisseurs et porteurs tunisiens se renforcer du fait de leur « droit préférentiel de souscription », même si on parle aussi de la probable venue d'un partenaire d'un pays du Golfe. Au sein de la compagnie, on ne cache pas une préférence pour un partenaire industriel et non seulement un investisseur financier.

Syphax Airlines cumule quelque 25 millions de dinars de pertes depuis son lancement, malgré des réalisations conformes au business plan, voire le dépassant. En effet, la compagnie prévoit une augmentation de plus de 40% de son trafic cette année (850 000 passagers contre 500 000 en 2013), et pour son nouveau vol long courrier Tunis-Montréal, elle enregistre un taux de remplissage avoisinant les 50% en plus du transport de 20 tonnes de fret hebdomadaires.