Promouvoir le patrimoine culinaire de Djerba afin de diversifier et désaisonnaliser l’offre touristique

La Route Culinaire de Tunisie est la route de tous ceux, professionnels et passionnés, qui y participent et partagent leurs expériences et points de vue. A Djerba, nous avons rencontré Hamda Abdellaoui, directeur exécutif de la Djerba Management Organisation (DMO Djerba), qui nous a fait part des opportunités de développement de ce projet pour l’île de Djerba.



Quand la DMO Djerba a-t-elle été créée et avec quels objectifs ?

La DMO Djerba, l'organisme de promotion et de gestion de la DESTINATION DJERBA®, a été créée en février 2021, avec le financement et l'appui du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) Suisse et de la fondation Swisscontact, ainsi qu'en étroite collaboration avec l'office national du tourisme tunisien (ONTT) et le ministère du tourisme et de l'artisanat (MTA).

Son rôle est de fédérer le plus grand nombre d'acteurs locaux liés au tourisme – hôteliers, agences de voyages, restaurateurs, prestataires et promoteurs d'activités culturelles et sportives, artisans, hébergeurs de petites structures, guides, associations, musées, centres d'animation touristiques, producteurs de produits locaux -, d'offrir des services aux visiteurs de l'île et à ses membres afin de promouvoir l'offre touristique de la destination.

Quelles sont les missions de la DMO Djerba ?

Notre ambition est de renouveler l'image de Djerba en proposant une offre touristique diversifiée, inclusive et durable, qui intègre toutes les possibilités de tourisme, notamment balnéaires, sportives, culturelles, patrimoniales, de repos et bien être, de loisirs, de santé, en passant par la création de routes thématiques.

Afin de promouvoir la destination auprès de nos différents pays cibles, nous conduisons des projets d'intérêt pour Djerba en coordonnant les différents acteurs impliqués dans le tourisme, avec le souci constant d'améliorer l'offre touristique et para-touristique pour offrir le meilleur accueil possible aux visiteurs.

Quelles sont vos stratégies et actions spécifiques en faveur du développement d'un tourisme durable ?

Notre communication est résolument axée sur les valeurs de Djerba afin de valoriser son originalité culturelle, sa pluralité, ses traditions, sa douceur de vivre et de faire évoluer l'image qui lui était traditionnellement associée. L'offre touristique de Djerba est très diverse et à découvrir en toutes saisons.

Cela passe par des campagnes promotionnelles axées sur le marketing direct auprès des tours opérateurs et surtout sur le marketing digital et participatif sur internet et les réseaux sociaux. Nous conduisons aussi des actions de formation auprès des acteurs touristiques locaux sur différents thèmes : culture, storytelling, culinaire, circuits thématiques, marketing digital, présentation des produits d'artisanat et packaging & design, etc.

Quel est l'enjeu de miser sur le tourisme culinaire ? Comment procédez-vous ? Concrètement, pouvez-vous citer des expériences culinaires existantes ou à venir ?

L’olivier et tous ses dérivés sont des richesses inestimables qui participent à la diversité culturelle de l’île de Djerba et nous souhaitions les mettre au cœur de l’offre touristique de la destination.

C’est ainsi que nous développons actuellement, au sein du programme de La Route Culinaire de Tunisie, un projet pionnier intitulé « Les saveurs de Djerba ».

Son objectif ? Promouvoir le patrimoine culturel de l’île, à travers la valorisation des métiers ancestraux autour de l’huile d’olive et la promotion de la cuisine locale, afin de diversifier et de désaisonnaliser l’offre touristique en misant sur la richesse du patrimoine culinaire Djerbien.



Djerba formation

Il doit permettre de fédérer plusieurs acteurs et métiers en faisant vivre aux visiteurs des expériences uniques :

- Découverte des huileries souterraines qui n’existent qu’à Djerba ;
- Atelier de dégustation d’huile d’olive et promotion de l’or vert dont notre pays est l’un des plus grands producteurs ;

- Dégustation de plats typiques ;
- Proposition d’une activité innovante de team building : l’atelier gourmand ;
- Participation à la cueillette des olives.

Les huileries souterraines étaient une composante majeure dans l’extraction de l’huile d’olive sur l’île et sont implantées principalement dans la campagne loin des zones touristiques. Ce projet proposera de nouvelles activités dans des régions moins visitées par les touristes mais qui renferment de grandes valeurs historiques et culturelles. Cette activité permettra aux voyageurs d’aller à la rencontre des habitants et de découvrir une autre facette de l’île.

Grâce à cette initiative, nous pourrons conserver les deux huileries sous-terraines présentes dans le circuit proposé et nous espérons inciter les propriétaires des autres huileries souterraines en ruine à les aménager et les exploiter pour sauvegarder ce patrimoine délaissé. Nous espérons de ce projet la création d’emplois directs et indirects auprès des différents partenaires impliqués dans la conception de cette nouvelle offre culinaire : associations de femmes, artisans, agriculteurs, producteurs d’huile, commerçants, guides.



Les revenus générés par ce projet nous permettront d'assurer sa durabilité et son développement au-delà de la durée du partenariat. Nous envisageons la création d'autres circuits afin d'impliquer la population locale des régions avoisinantes et de maintenir la main d'œuvre existante.

DMO Djerba a également lancé le premier livre régional culinaire en Tunisie « Djerba l'île aux saveurs »[1] qui propose 30 recettes typiques avec une présentation de l'histoire des plats et des traditions culinaires de l'île.

---

[1] Ce livre a été conçu et édité par DMO Djerba dans le cadre du programme Tounes Wijhetouna financé par l' Union européenne en Tunisie et du projet « Destination Sud-Est Tunisie » financé par le Secrétariat d'État à l'économie SECO et mis en œuvre par Swisscontact , conduit en partenariat avec le Ministère du Tourisme et de l'artisanat – Tunisie et l'Office National Du Tourisme Tunisien.