

Déjà une centaine d'expériences pour La Route Culinaire de Tunisie



Après plusieurs semaines de formation, au cours desquelles plus de 150 porteurs de projets de toute la Tunisie ont pu optimiser leurs atouts et compétences en vue de la création d'expériences culinaires et créatives, la Route Culinaire de Tunisie a atteint une première phase de validation avec l'organisation d'une série de visites techniques réalisées par le Creative Tourism Network®, en charge de la mise en œuvre du projet La Tunisie Culinaire et Créative.

Une centaine de visites ont été réalisées dans l'ensemble du pays, tout particulièrement dans les régions définies dans le cadre de la Route, autour de six produits phares : le Fromage du Nord-Ouest, l'Harissa du Cap Bon, l'Huile d'olive du Centre et du Dahar, le Vin du Nord, les Dattes du Sud-Ouest et le Poulpe de Kerkennah.

Ces visites ont mis en évidence la grande diversité d'acteurs locaux engagés dans la Route Culinaire : agriculteurs, associations et Groupements de Développement Agricole (GDA), maisons et tables d'hôtes, agents de voyages, entre autres.

Leurs offres touristiques se déclinent autour d'expériences qui inviteront les touristes à participer à la fécondation des dattes au sein des cultures oasiennes du Sud-Ouest, à élaborer l'harissa, désignée Patrimoine Immatériel par l'UNESCO en décembre 2022, à fabriquer leur propre huile d'olive dans les

huileries souterraines de Djerba ou du Dahar, à connaître tous les secrets qui rendent la pêche au poulpe de Kerkennah tellement unique, à s'immiscer dans l'univers des producteurs de vins, ou à élaborer des fromages au cœur de « la Suisse tunisienne », pour n'en citer que quelques-unes.

Au cours de ces visites, ceux qui l'avaient demandé, ont pu prototyper, tester et enrichir leurs offres, en les mettant notamment en perspective avec les nouvelles demandes de voyageurs - nationaux et internationaux - en quête d'authenticité et de valeurs humaines grâce à une offre touristique proposée tout au long de l'année.

En effet, les nouveaux paradigmes touristiques, accélérés par la pandémie, ont mis en évidence les atouts de la Tunisie pour accueillir ces nouveaux profils de voyageurs, et la pertinence d'un projet comme celui de la Route Culinaire pour recréer un écosystème qui permette de générer des synergies entre professionnels de divers secteurs tels que des agriculteurs, des artisans, des organisations associatives, des acteurs culturels et des industries créatives, et bien sûr, les professionnels du tourisme, de la restauration et l'hôtellerie.

En ce sens, des initiatives telles que l'éductour organisé par la Fédération Tunisienne des Agences de Voyages et de Tourisme le 20 juin dernier dans la région de Siliana, autour du tourisme culturel et durable, a démontré l'intérêt du secteur pour apporter ce maillon essentiel à la diversification de l'offre et scelle ainsi la promesse de fructueuses collaborations à venir.

Le Creative Tourism Network® apporte quant à lui l'expérience de stratégies de ce type, développées sur d'autres continents, avec toujours le même objectif de dynamisation rapide et inclusive des destinations, dans la perspective des Objectifs de Développement Durable de l'Agenda 2030.

Les prochaines étapes consistent en la création de fiches commerciales pour chacune des expériences créées, et leur promotion internationale, qui permettra de positionner ces offres et la Tunisie dans son ensemble auprès de ces marchés touristiques vertueux et en plein essor.



Green Village



Douar Laroussi



Tata Hania Tozeur



Association de protection des Ksours



Restaurant Le Régal Chez Najet Kerkennah



Pêche à la charfiya



Dar Khira Beja



Eductour



Eden Palm Tozeur