

بهدف إعداد إستراتيجية وطنية لتطوير السياحة

الثقافية وتدعيم إشعاع صورة تونس

يوم دراسي للتعريف بالتراث الأثري والتاريخي



شكل اليوم الدراسي حول تسويق التراث الأثري والتاريخي المنعقد يوم الجمعة 12 فيفري الجاري بالحمامات، إطارا لتعميق التفكير ومضاعفة الجهود بهدف إعداد استراتيجية وطنية. لتطوير السياحة الثقافية ودعم إشعاع صورة تونس بالخارج كوجهة ثقافية.

وقد دعت وكالة إحياء التراث والتنمية الثقافية صاحبة المبادرة، المؤسسات والمختصين من ذوي الخبرة في التسويق

الثقافي أمثال السيدة شانتال رليكي ممثلة البنك العالمي المكلفة بمشروع التراث الثقافي بتونس والسيدة آغي لورول مديرة الاتصال بمتحف اللوفر بباريس والسيد جون فرنسوا روبن مدير ديوان السياحة بفرنونس والأستاذ عزالدين باش شاوش والسيد محمد معالي المدير العام للديوان الوطني للسياحة بتونس.

وفي إطار تهمين التراث الأثري والتاريخي، تسعى السياسة الثقافية التونسية الى التعويل على المخزون الحضاري التونسي الثري على امتداد آلاف السنين لتنويع العرض السياحي في وقت تزداد فيه المنافسة السياحية ضراوة ويعتمد استقطاب السياح على تنويع العرض. ويشكل الاتصال محملا شديدا الأهمية لتحقيق هذه الأهداف، يوازي في قوة تأثيره تنسيق الجهود بين مختلف الفاعلين في ميدان التراث والسياحة الثقافية.

وفي كلمته الافتتاحية لأشغال اليوم الدراسي لاحظ الأستاذ عبد الرؤوف الباسطي وزير الثقافة والمحافظة على التراث أن مواجهة تحديات المنافسة تفرض اليوم تنويع العرض كمفتاح رئيسي للنجاح ويمكن للسياحة الثقافية أن تكون عاملا لتنويع العرض السياحي خاصة وأن تونس كانت على امتداد تاريخها ملتقى الحضارات. وأضاف بأن اليوم الدراسي يندرج ضمن الخطة الاتصالية التي أعدتها وزارة الثقافة والمحافظة على التراث للتعريف بالتراث الأثري والتاريخي التونسي داخليا وخارجيا ومن خلال الاطلاع على التجارب الأجنبية العمومية والخاصة في هذا المجال وتطوير السياحة الثقافية والاستئناس بها على غرار متحف اللوفر بفرنسا وما تنجزه المؤسسات المختصة في مجال الترويج والتعريف بالتراث الأثري والتاريخي.

وقد انطلق تنفيذ هذه الخطة الاتصالية بتنظيم يوم أبواب مفتوحة للتعريف بالمتحف الأثري بجزيرة فضلا عن بعث خلية اتصال صلب وكالة إحياء التراث والتنمية الثقافية وهي متواصلة لتحسين آليات التنسيق بخصوص المعلومة والتنظيم لمضاعفة نسب الزيارات لمواقعنا الأثرية ومتاحفنا.

تحسين خدمات الاستقبال وتسويق التراث



تحت عنوان «بروفنس: سياحة وتنمية محلية» استعرض السيد جون فرنسوا روبن مدير ديوان السياحة بروفنس تجربة المدينة في النهوض بالسياحة الثقافية خصوصا وأن موقعها الجغرافي القريب من المتاحف الكبرى - تقع في جنوب شرق باريس - قد مكنها من استقطاب السياح القادمين أساسا من أجل زيارة اللوفر. هذا علاوة على أن المدينة التي يعود تأسيسها إلى القرن الحادي عشر تحتوي على آثار متميزة من العصر الوسيط وهندسة معمارية فريدة من نوعها سواء فيما يتعلق بالمعالم المدنية أو العسكرية أو الدينية.

تطرق السيد روبن الى الاستراتيجية التي توختها المدينة سواء في ترميم المعالم وصيانتها أو في التسويق لتراثها وجذب الزوار. منذ أواخر الثمانينات، انبثق الوعي بأهمية تركيز نشاط اقتصادي في إرتباط بالسياحة ثم في بداية التسعينات أعدت المدينة برنامجا واسعا للسياحة الثقافية يركز على ابراز قيمة تراثها المعماري من خلال ترميم المعالم التاريخية وإعادة تهيئة المجال الحضري وتحسين خدمات الاستقبال والتسويق والعمل على برنامج اتصالي يتضمن إعداد مطويات بلغات أجنبية ومعلقات وصناعة الحدث.

أكدت السيدة شانتال رليكي ممثلة البنك العالمي أن الشراكة مع الحكومة التونسية مثمرة لأن الاهتمام بالتراث الأثري والتاريخي يتوافق مع سياسة الدولة وتوجهاتها من ذلك الحرص على تدعيم المؤسسات الوطنية الراجعة بالنظر ودعم المنتج الثقافي وتهيئة بعض المواقع الأثرية والمتاحف بكل من جربة وسوسة وباردو وهي مشاريع ضخمة تقيم الدليل حسب قولها على ما توليه تونس لتراثها من أهمية وعلى الجمهور التونسي والأجنبي أن يعرف هذه الانجازات حتى يواكبها ويكتف الزيارة إليها لأنها تمثل رموز الهوية الثقافية التونسية.

وتطرق السيد هرفي باسمار Passmar Hervé إلى علاقة التراث بالاقتصاد والسياحة في مداخلة أبرز فيها أهمية سياسة تهمين المواقع الأثرية وتحقيق ثورة ثقافية صغيرة في هذا المجال من خلال تقديم الدعم الحقيقي والتقني وتفعيل التعاون بين مؤسسات الدولة الفاعلة في الثقافة والسياحة والاقتصاد. وإذا كان الفاعلون في هذه القطاعات نادرا ما يلتقون لاختلاف ميثاقهم فإن عليهم التعايش والتحاور لانتاج برامج مشتركة. وذكر أنه في سنة 2006 تم توجيه النظر إلى إشكالية «التأثيرات الاجتماعية للتراث» فكان من نتائجها أن التحرك المكثف لفائدة التراث كان له انعكاس سلبي في بعض المناطق من

العالم حيث يرى سكانها أنّ ذلك يتمّ في الواقع على حساب بناء المدارس والمستشفيات.

من جهة أخرى ركز الأستاذ باسمار على ضرورة تقديم معطيات صحيحة ودقيقة بالنسبة للمواقع والآثار حتى يكون الزائر صورة حقيقية عن الثروات الموجودة واستعرض أبرز ملامح الاستراتيجية الفرنسية الّمتوخاة لدعم الثقافة وّغايتها ارساء اقتصاد خاص يتعلّق بالثقافية حيث تخصص ميزانية تقدر بـ800 ألف يورو سنويا للتراث الذي يوفر بدوره 500 ألف موطن شغل ولاحظ أنّ العرض بالنسبة للسياحة الثقافية متأخر بنحو 15 سنة مقارنة بانتظارات الجمهور وأنه لا بدّ من التركيز اليوم على جودة أشغال الترميم وطرق التسيير.

ووصفت السيدة مارينا سانتيلي مديرة التنمية الثقافية والجماهير للمعالم الوطنية بفرنسا طريقة عمل مفصلة لتسويق التراث الأثري والتاريخي مرتكزة على عدة محاور تنطلق في البداية من معرفة نوعية الجمهور المستهدف لمعرفة نوعية الحامل الذي ينبغي استغلاله لنقل الرسائل ونتاج المعلقات وتكمن الصعوبة برأيها في بثّ المعطيات المتصلة بالمعالم في كل مكان يصلح للتسويق: موقع إلكتروني يقدم العرض، كاتالوغ ديناميكي، إعداد الدليل السياحي والقدرة على تحيين المعطيات في الأوقات المناسبة والحرص على ايجاد علاقات جيدة مع الاعلام كذلك تعريف خاصة بالمستغلين في القطاع تضمن تخفيضا بنسبة 20% عن التعريف العادية.

الالتفات الى التراث والاستفادة منه



تقدم الأستاذ الجامعي حبيب بن صالح في شهادته بجملة من التوصيات نصت بالخصوص على ضرورة أن يكون الالتفات الى التراث عامل إفادة للفرد أولا، فالتاريخ نبهنا بحسب قوله الى نباهة العلامة عبد الرحمان ابن خلدون وحكمة القديس أوغستان وتراثنا اليوم يضم عدة مواقع أثرية لا بدّ من تثمينها وتيسير المسالك المؤدية إليها ملاحظا غياب الصورة المرتبطة بالمواقع الثقافية وغياب خدمات الاستقبال المرتبطة بالمواقع الثقافية وغياب خدمات الاستقبال في هذه المواقع. داعيا الى خلق الأحداث الثقافية العالمية المرتبطة بالتراث.

وعبر وليد بن شيخ أحمد رئيس الجمعية التونسية للمرشدين السياحيين عن سعادته بتشريك المرشدين السياحيين في هذا اليوم الدراسي الهام الذي يعني كل المهنيين بالقطاع الثقافي والسياحي مؤكدا أنّ المرشد السياحي هو حلقة قوية في السياحة التونسية وهو قادر على ضمان عودة السياح إذا كان متمكنا من المادة التي يقدمها وقادرا على الاجابة عن كل التساؤلات المطروحة عليه ولاحظ في هذا الصدد ضرورة ضمان تكوين مستمر للمرشدين السياحيين لتحيين معلوماتهم.

سياسات التسويق الثقافي

تحت عنوان «سياسات التسويق وتنمية الجماهير» قدمت المديرية بمتحف «كي برانلي Branly Quai» مداخلة عرفت من خلالها بهذا المتحف الحديث الذي تأسس يوم 26 جوان 2006 وبناه المهندس جون نوفال Nouvel Jean ليكون فضاء للحوار والبحث والتعاون الدولي ويضم المتحف 3100 قطعة أثرية ومسرحا يتسع لـ 400 مقعد وقاعة سينما وقاعة مطالعة ومقهى ورواق الحديقة البالغة مساحته 2000م². وذكرت السيدة جوزي تورلي أن عدد السياح الوافدين إلى متحف كي برانلي قد بلغ سنة 2009 مليونا وأربعمئة ألف زائر. ملاحظة أن جودة الاستقبال مهمة جدا لضمان رفاة الزائر. حتى أن نسبة 82% من الزائرين لديهم نية العودة مرة ثانية وأن ثلث الزائرين سبق لهم زيارة المتحف مرة أو مرتين. وأضافت أن الميزانية المخصصة للاتصال دون حساب التسويق تبلغ 15% من مصاريف تسيير المؤسسة.

نحو إعداد خارطة للسياحة الثقافية

والاستثمار في التراث وتسويقه



لمواجهة تحديات المنافسة الشرسية، التزمت تونس باتباع سياسة تنوع وإثراء المنتج السياحي حتى تقيم الموازنة بين العرض والطلب وترجم هذا التمشي بتدعيم وسائل المحافظة على التراث الثقافي واستدامة تنميته. حتى أن الاهتمام بالسياحة الثقافية قد بدأ، منذ عشرية تقريبا، يحتل مكانة بارزة في برامج مختلف المتدخلين من وزارة

السياحة ووزارة الثقافة والمحافظة على التراث ووزارة البيئة والتنمية المستدامة. وتدعمت هذه السياسة بفضل القرارات الرئاسية الرائدة لدى إشراف سيادة الرئيس زين العابدين بن علي على المجالس الوزارية المضيق المتعلقة بتدعيم السياحة الثقافية.

ولا بدّ في هذا الاطار، وكما انتهى إلى ذلك الأساتذة والمهنيون المشاركون في أعمال اليوم الدراسي من وضع استراتيجية تجعل المنتج السياحي أكثر تنافسية وقادرا على الاستجابة لحاجيات وطموحات سياح هم أكثر تطلعا.

ونذكر في هذا الصدد المشروع الرائد الذي بدأت الحكومة التونسية بدعم من البنك العالمي والخاص بتثمين التراث الثقافي بتكلفة تقدر بـ 33 مليون دينار. ويندرج هذا المشروع ضمن رؤية استراتيجية وشاملة للتراث الثقافي حيث تسعى تونس الى تطوير السياحة الثقافية وتوجيهها نحو المواقع والمعالم الهامة خاصة وأن تاريخنا يشتمل على حضارات مزدهرة كالبونية والرومانية والبيزنطية والاسلامية. ويشتمل البرنامج الوطني للنهوض بالسياحة الثقافية إعداد خارطة للسياحة الثقافية والطبيعية للبلاد التونسية والاستثمار في هذا التراث وتسويقه.

وتظل خدمات الاستقبال والحرص على رفاهية الزائر في صدارة الاهتمامات نظرا للنقص الذي نعاني منه سواء في المواقع الأثرية أو في المتاحف وإذا علمنا أن السياسات الاتصالية والتسويقية في كبريات المتاحف في العالم تسند الى تجويد خدمات الاستقبال والحرص على تحيين المعطيات والمعلومات المتصلة بتراتها.

الاستراتيجية الاتصالية لمتحف اللوفر باريس



استقطبت مداخلة السيدة آغي لورول مديرة الاتصال بمتحف اللوفر اهتمام الحاضرين في أشغال اليوم الدراسي. لما يحظى به المتحف من صيت عالمي كبير وأيضا لما تضمنته المداخلة من معطيات دقيقة حول استراتيجية الاتصال بمتحف اللوفر من 2003 إلى 2010. هذا المتحف المستمرة أشغاله منذ قرون (1793 إنشأؤه) يستقطب منذ سنة 2005 ثمانية ملايين وخمسمائة ألف سائح سنويا.

وقبل التعرض إلى الاستراتيجية الاتصالية للوفر، قالت السيدة لورول أن المتحف يضم 400 قاعة مقسمة على 3 أجنحة وبه 8 أقسام علمية ويمسح 197 ألف م² مقسمة إلى قاعات ومعارض (68 ألف م²) وفضاءات تقنية (60 ألف م²) وحدائق (130 ألف م²) ومنذ سنة 2003، تم تخصيص جناح للفنون الاسلامية وقاعة للجوكندا وإبرام اتفاقية مع متحف أطلنطا بالولايات المتحدة الأمريكية ومشروع علمي لإحداث اللوفر في أبو ظبي.

ينظم متحف اللوفر سنويا ما بين 15 و20 معرضا فنياً وزهاء مائتي تظاهرة بين المحاضرات والدروس والموسيقى والحلقات السينمائية. كما أنه يستضيف كامل شهر نوفمبر شخصية معروفة كاتباً أو فناناً أو موسيقاراً، وتتمثل مهمة إدارة الاتصال التي تترأسها السيدة آغي لورول وتتكون من عشرة أشخاص في التثيت من صحة الرسائل التي يقع نقلها وبثها وعقد الندوات الصحفية وتوجيه الدعوات وإعداد الملفات وافتتاح المعارض الفنية والنهوض بمهمة الاستقبال والعلاقات العامة. أهم رهاناتها توجيه اهتمام الرأي العام إلى المشاريع الاستراتيجية والأعمال الكبرى للمتحف.