

Réunion des représentants de l'ONTT : craintes et espoirs

La réunion annuelle des représentants de l'ONTT, qui s'est tenue le 30 novembre, ne pouvait échapper à la morosité ambiante du fait d'une conjoncture incertaine ; morosité exprimée par les deux présidents des fédérations professionnelles. « Le tourisme devrait rester une cause nationale, et je crois que ce secteur est devenu secondaire pour le gouvernement », a ainsi observé Mohamed Ali Toumi, président de la FTAV, avant de demander au Ministre du Tourisme de transmettre les inquiétudes des professionnels au gouvernement. Elyes Fakhfakh a répondu en affirmant que « le gouvernement met le tourisme au centre de l'économie ».

Dans ce contexte, la présentation de la nouvelle campagne de publicité a été comme un rayon de soleil. Réalisée par l'agence Publicis, elle a remporté l'adhésion de quasiment tous les présents.

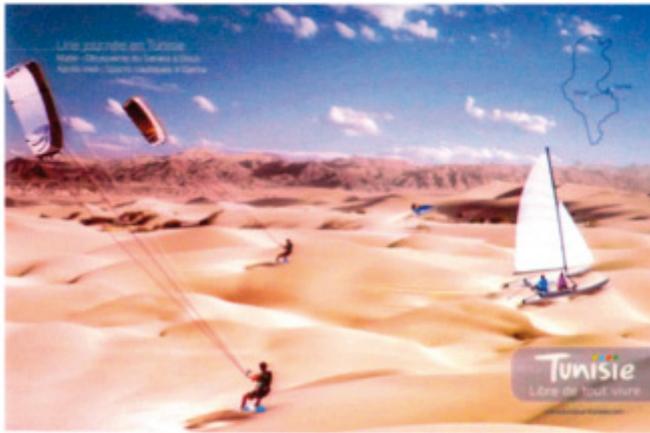


Une campagne pour ré-enchanter la destination

« Libre de tout vivre » : tel est le slogan de la nouvelle campagne présentée par Publicis. Elle réintroduit une part de rêve dans la destination avec un concept qui propose des associations inattendues de lieux et d'activités, et

semble bien partie pour « recréer un imaginaire haut de gamme et contemporain » (selon l'argumentaire de l'agence) grâce à la qualité de son exécution. De plus, la promotion de la Tunisie fera enfin son entrée sur le web grâce à des versions Facebook, Google etc.

Maquettes de présentation de la nouvelle campagne :



Découverte du pays / Sports Nautiques



Découverte du pays et de sa gastronomie / Plongée



Balnéaire / Découverte du pays



Découverte culturelle / Plongée



Férid Fetni, Directeur Marketing ONTT, et son équipe avec à sa gauche Laurent Fauroux, Directeur Exécutif Publicis et Charlotte Desforges, Directrice de Clientèle en Charge du Budget Tunisie.

Marché français : un hiver plutôt morose

Programmation charter hiver en baisse de 2,5%, booking en recul de 5% par rapport à l'hiver 2011 et de 22% par rapport à celui de 2010... le marché français peine à nous pardonner nos égarements du mois de septembre. Exception à cette règle, selon l'ONTT Paris : le T0 Marmara, qui affiche des réservations en progression de 14,5% par rapport à l'hiver dernier grâce à « des tarifs défiant toute concurrence », selon Néji Ben othman de l'ONTT Paris. Autre exception, le T0 Voyamar, qui vient d'annoncer une augmentation de sa programmation aérienne de 20% sur 2013, après avoir pensé maintenir son programme de 2012 (voir **entretien avec Laurent Abitbol**). Sauf accident majeur, la Tunisie pourrait, toujours selon M. Ben Othman, limiter les dégâts en terminant l'année 2012 à 950 000 touristes français, soit une baisse de 31% par rapport à 2010.

Marché russe : encore un effort

Malgré son potentiel et sa progression à deux chiffres cette année (+65,7% au 20 novembre, et +33,8% pour la même période par rapport à 2010), le marché russe peine à quitter son statut de marché saisonnier par manque de promotion et de programmation aérienne en hiver ; sans oublier l'accueil encore inadapté au sein des hôtels, avec un personnel et une communication peu russophones.

En effet, malgré l'augmentation de 186% du budget de promotion sur la Russie annoncée au début de cette année, et bien que son montant en valeur absolue ne soit pas divulgué, celui-ci reste de l'avis général bien inférieur aux montants qu'y consacrent la Turquie (14 millions \$ pour 3,2 millions de touristes russes et 18,5% de part de marché) ou l'Egypte et la Grèce (4 millions \$ chacune).

Pour l'aérien, le marché semble boudé par Tunisair. Son activité, selon les chiffres communiqués par l'ONTT Moscou, est quasi symbolique avec une part de 5,6% du trafic sur la Tunisie, contre 28% pour Nouvelair et 34,5% pour Transaéro.

Pour éviter que l'embellie de cette année ne soit qu'une parenthèse de croissance favorisée par la chute de l'Egypte (celle-ci a perdu près d'un million de touristes russes en 2011), l'ONTT Moscou préconise une augmentation annuelle de son budget de 20% jusqu'en 2015, année pour laquelle l'objectif est d'atteindre 450 000 entrées de touristes russes.

