

« Le recrutement des clients est de plus en plus coûteux »

(Photo : Tahar Khadraoui au salon IFTM Paris entouré de Michel Vargues, Directeur Général Adjoint et Mohamed Ali Khadraoui, Marketing Manager)

Le Tourisme

Comment va Air Marin et comment se présentent les ventes pour le mois de grands départs qu'est le mois d'octobre ?

Tahar Khadraoui

Le marché suisse est malheureusement en baisse, mais nous ne baissons pas les bras pour autant. A coup de communication, d'organisation d'évènements et de promotion, nous arrivons à nous maintenir. Le mois d'octobre se présente bien, notamment sur Djerba qui accapare habituellement 70% de notre trafic. A cause de cette embellie de la demande, nous avons dû ajouter 2000 sièges avec Syphax Airlines et autant chez Tunisair.

Avez-vous consenti des promotions tarifaires plus importantes cette année ?

Pas plus que l'année dernière. Mais suite aux deux assassinats politiques survenus en Tunisie, nous avons dû augmenter nos dépenses pour intensifier nos opérations de communication et les démarrer plus tôt que d'habitude. Le résultat est que, pour un nombre de clients en augmentation de quelque 2000 personnes (18 000 clients contre 16 000 en 2012), nos résultats financiers stagneront. A cause de l'agitation politique du pays, le recrutement des clients est de plus en plus coûteux ; nous gagnons plus de clients pour le pays sans pour autant gagner plus d'argent.

Avez-vous perçu plus de réclamations cet été que l'année dernière ?

Le taux de réclamation est resté dans la moyenne habituelle, autour de 1%, parce que nous travaillons avec les mêmes partenaires hôteliers choisis pour leur régularité dans le maintien d'un bon niveau de service.