

Mohamed Amouri : l'Hasdrubal maintient le cap

Si la chaîne Hasdrubal connaît des difficultés de trésorerie communes à l'ensemble de l'hôtellerie, son fondateur Mohamed Lamouri, remis de sa maladie, défend avec fougue ses choix d'une hôtellerie de qualité.

La mise en vente de l'Hasdrubal Djerba a pu susciter des interrogations sur la santé de la chaîne Hasdrubal et plus précisément sur la justesse du choix de l'hôtellerie de luxe dans une destination de plus en plus ancrée dans une offre "moyen et bas de gamme".

Rencontré au siège de la SET, le PDG et fondateur de la chaîne Mohamed Amouri, remis de sa maladie, s'amuse de la question. « *La conjoncture est mauvaise. Nous pourrions céder un actif pour renflouer notre trésorerie, mais nous ne changeons pas de cap* », assène-t-il. Pour ce pionnier de l'hôtellerie haut de gamme en Tunisie, les hôtels low cost ne sont en fait qu'une tromperie du client, et le All inclusive est « *une négation du service au client, et donc de l'hôtellerie même* ». Car pour Mohamed Amouri, le tourisme n'a d'avenir que dans le service au client ; changer cela revient à « *ajouter de la misère à la misère* ».

« *D'ailleurs, se demande-t-il, notre pays a-t-il vraiment le choix ? La clientèle haut de gamme est la seule qui peut sécuriser l'avenir du secteur, ce n'est pas une clientèle qui nous vient par défaut, c'est une clientèle fidèle qui échappe aux TO classiques. Depuis la révolution, nos clients revenants représentent 60% de l'ensemble alors qu'ils n'étaient que 30% auparavant* ». Chiffres à l'appui, M. Amouri reprend sa plaidoirie en faveur d'une hôtellerie de qualité : « *De 300 000 DT lors de notre premier hôtel à Kantaoui au début des années 80, nous en sommes à 250 millions d'investissement à ce jour ; cet argent a bel bien été généré par nos hôtels* », tient-il à préciser. Et si l'occupation n'est pas au rendez-vous depuis la révolution, Mohamed Amouri n'en a cure : « *On ne perd pas d'argent et nos recettes moyennes par nuitée restent acceptables* », soutient-il (il nous tend un relevé des chiffres des hôtels pour la période allant de janvier

à juillet : la recette moyenne de l'Hasdrubal Hammamet est de 296 DT, et elle est de 341 DT pour l'Hasdrubal Prestige).

Pas d'inquiétude donc pour la chaîne Hasdrubal, qui réfléchit déjà à son développement. « *L'option hôtel de ville figure parmi nos choix de développement* », affirme Raouf Amouri, Directeur Général des hôtels Hasdrubal. Affirmation à propos de laquelle son père éprouve le besoin de préciser : « *à condition que les dirigeants du pays nous laissent travailler comme nous l'ont fait Bourguiba et Ben Ali* ». Cette précision nous renvoie au rôle de l'administration du tourisme qui est, selon M. Amouri, « *de permettre aux entrepreneurs de faire ce qu'ils savent faire mieux que quiconque : investir, créer des emplois et de la valeur ajoutée* ».

Des propos qui rassurent quand on sait le grave accident de santé qu'a connu Mohamed Amouri il y a quelques années : non seulement il a recouvré ses pleines capacités, mais il a encore gagné en mordant.