Open Sky : il y a urgence

Sans mise en place du Ciel Ouvert, la diminution inexorable des vols charter mettrait le tourisme tunisien en péril. On ne met pas la charrue avant les bœufs, et la charrue du tourisme, même réformée et remise à neuf, n'avancera pas sans une solution au problème du transport aérien.

Le trafic charter sur la Tunisie a diminué de plus de moitié depuis 2011, estime une étude de la Banque Mondiale. Sur Djerba, destination touristique par excellence, les vols charter ont chuté de près de 40% entre 2010 et 2014, nous renseigne l'OACA ; soit 4539 vols en moins pour une baisse des nuitées de 1,6 millions.
Le tourisme tunisien en provenance d'Europe, dépendant à plus de 95% du trafic aérien, se trouve ainsi amputé d'une source de clientèle essentielle, sans pouvoir profiter du nouveau réservoir à touristes qu'est le "package dynamique". Le développement de celui-ci est boosté par les compagnies aériennes low-cost. Des compagnies qui attendent un accord sur l'Open Sky en Tunisie depuis 2008, date du début des négociations de notre gouvernement avec l'Union européenne.

Ces négociations sont maintenant suspendues *« par crainte pour Tunisair »*, entend-on. Mais aussi parce que, rétorquent certains, *« nos hôtels et agences de voyages ne sont pas prêts »* pour une commercialisation sur le Net.
En réalité, seuls Tunisair et les TO ont déjà intégré comme une donnée la "mort programmée du charter". Le redéploiement de la compagnie nationale sur les vols réguliers est un axe stratégique majeur de ces dernières années. Sur le marché français, par exemple, le trafic charter de Tunisair a chuté de 91% entre 2010 et 2013. Les TO, quant à eux, se sont depuis quelques années convertis à la vente de "packages dynamiques" (40% des ventes de Thomas Cook France par exemple), même si ce n'est que pour vendre leur surplus de lits et de sièges avion.

Les TO se préparent en "sécurisant leurs approvisionnements"

Plus significatif, les grands TO s'activent à "sécuriser les approvisionnements", tant au niveau des hôtels que des avions. Pour parer à

la tentation que pourraient avoir les hôtels, en Tunisie et ailleurs, de succomber à internet et aux “packages dynamiques”, les TO labellisent les meilleurs hôtels sous leurs propres marques et optimisent leurs flottes aériennes. TUI, par exemple, est déjà un mastodonte du transport aérien avec une flotte de 140 avions (soit sept fois Tunisair), dont 77 chez Thomson Airways et 40 chez TUI Fly. Pour les hôtels, ce sont 50 nouveaux hôtels qui seront gérés dans les années à venir sous les différents labels de TUI Hotels, s’ajoutant aux 232 existants.

A la lecture de ces faits et chiffres, qui ne peuvent que s’accentuer encore dans l’avenir, les décideurs du tourisme tunisien préfèrent regarder ailleurs et égrener les mauvaises raisons qui justifieraient de reporter l’Open Sky. Deux de ces raisons méritent qu’on s’y arrête un peu :

- **L’ouverture du ciel équivaudrait, selon ses détracteurs, au sacrifice de centaines de salariés chez Tunisair.**

Il est permis de douter de la sincérité de cet argument quand on sait que les effectifs de Tunisair ont été arbitrairement augmentés en 2011 de quelque 1 000 salariés, et que la non application du plan de structuration de la compagnie nationale, selon ses propres estimations, lui coûterait 100 millions de dinars par an (lire **notre article**). De plus, peut-on sérieusement mettre en péril les millions d’emplois du secteur du tourisme – qui en a perdu au moins 30 000 depuis 2011 – pour une excuse aussi peu recevable ? Enfin, pourquoi n’évoque-t-on jamais les 24 000 emplois créés au Maroc par la simple instauration du Ciel Ouvert ?

- **Le deuxième argument des anti-Ciel Ouvert est que la clientèle des compagnies low-cost, en quête de prix bas, ne serait pas intéressante pour le tourisme tunisien et pour les hôtels.**

Rien n’est moins vrai. D’abord, les low-cost créent une demande nouvelle (dite “d’induction”) d’une clientèle recherchant le bas prix aérien mais aussi la flexibilité. L’explosion du marché des longs week-ends (très peu développé chez nous) est due d’abord à la tendance au fractionnement des vacances chez des consommateurs auxquels les low-cost offrent la flexibilité nécessaire.
Par ailleurs, une compagnie low-cost n’est pas, dans les faits, toujours synonyme de bas prix. Il arrive même, en cas de forte demande et de faible

concurrence, que le billet d’une low-cost soit plus cher que celui d’une compagnie traditionnelle. La clientèle d’affaires et haut de gamme est, elle aussi, sollicitée par les low-cost, à l’instar d’EasyJet avec son programme EasyJet Plus. Ainsi, au moment même où Tunisair adopte le “piece concept”, EasyJet Plus s’apprête à permettre à ses clients (à partir du 19 mars) d’avoir deux bagages en cabine.

A suivre…

LM