Humeur de Berlin : de la hauteur sur un tas d’immondices

C’est incontestable, nos ancêtres ont toujours raison. Il semble qu’ils aient, Dieu les bénisse, inventé le dicton “al aloua ala chafet khandak” rien que pour Tunisair.

Mardi 3 mars, vol TU788 Tunis-Berlin. Un vol supposé direct, mais qui fait escale à Bruxelles. Un vol sans repas pour cause de grève du catering. Il est aussi sans sucre pour les cafés, pour cause de va te faire voir ailleurs. Il est enfin sans bière, parce que c’est comme ça et pas autrement.

767 dinars, soit plus de 350 euros pour rallier Tunis à Berlin, alors que le Paris-Barcelone est affiché à 35 euros chez Transavia (“le prix d’un sac”, comme dit sa pub). Le pire, c’est d’être obligé, à la fin de ce voyage, d’écouter le commandant de bord réciter comme si de rien n’était : « Nous espérons que vous avez passé un agréable voyage avec Tunisair ». Et c’est à ce moment que j’explose en mon for intérieur : « Il fait de l’humour noir ce c… ». Un pur exemple de ce qu’est devenu Tunisair : la suffisance et l’incompétence réunis.

Un tel voyage donne envie de paraphraser Léo Ferré : « il faut que je vous dise avant que tout ne se perde, Tunisair c’est de la merde ».

Lotfi Mansour, à l’ITB Berlin

Tunisie Destination Seniors vient de paraître

La nouvelle édition du guide Tunisie Destination Seniors, édité par MCM, vient de paraître en français et en allemand pour une diffusion sur les deux principaux marchés, où les seniors sont un principal facteur de la

croissance des voyages à l’étranger. En effet, selon une étude récente, le nombre d’Allemands de plus de 65 ans à effectuer un voyage d’au moins 5 jours à l’étranger a atteint 50% en 2014, contre 44% dix ans auparavant. Une tendance appelée à s’affirmer encore plus durant les années à venir pour cause de veillissement de la population.

En collaboration avec l’ONTT, ce guide bénéficiera d’une diffusion sur les salons d’importance tels que l’ITB Berlin (3 au 8 mars 2015), le salon des Seniors Paris (9 au 12 avril) et celui de Lille Seniorêva (24 au 26 septembre).

Feuilletez Tunisie Destination Seniors :

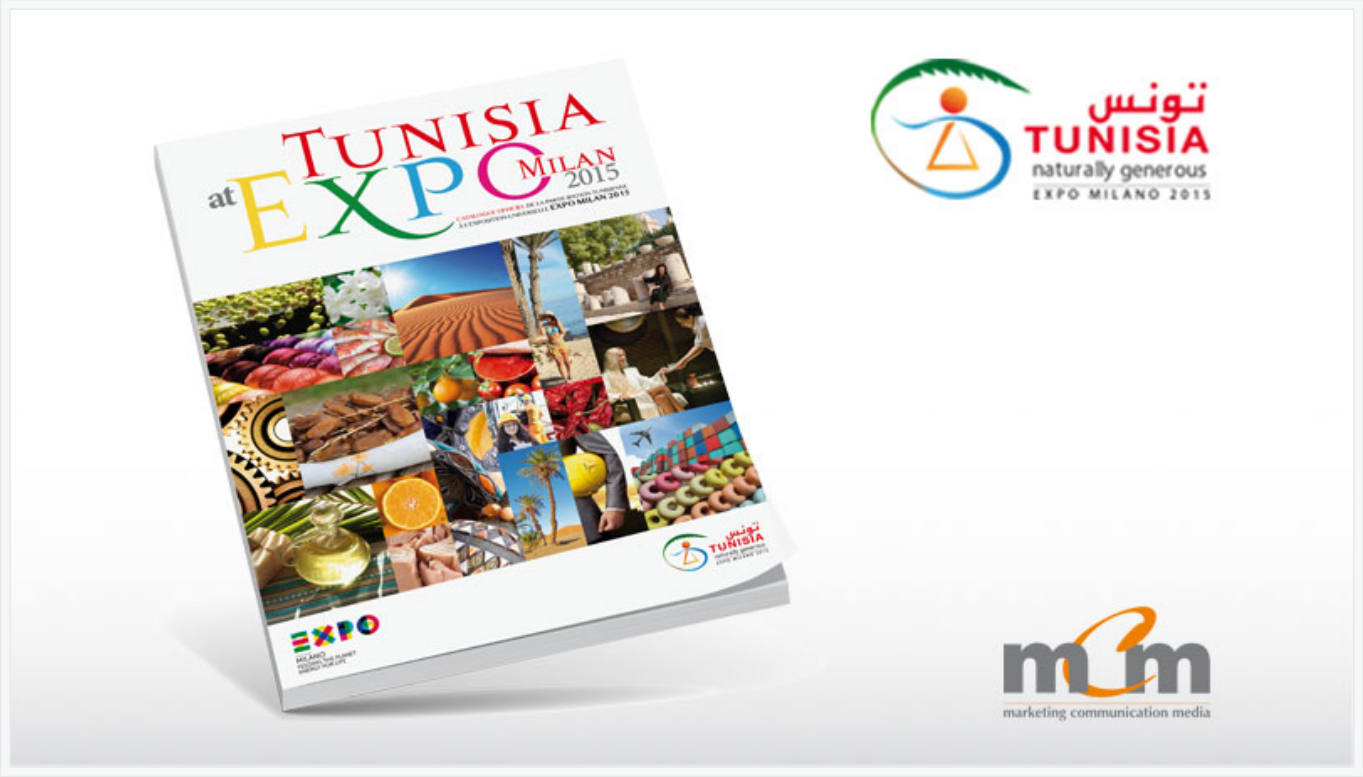
La Tunisie à l’exposition universelle

Expo 2015 Milan devrait recevoir trente millions de visiteurs en provenance du monde entier. Le pavillon de la Tunisie, sur le thème de “l’oasis enchantée”, sera une vitrine exceptionnelle pour le pays, son tourisme et ses produits d’exportation. Coup d’envoi le 1er mai.

Les expositions universelles sont des événements de portée mondiale qui attirent en un même lieu, six mois durant, des visiteurs venus de toute la planète. Autant dire que les 145 pays exposants vont rivaliser pour mettre en valeur leurs atouts face aux dizaines de millions de touristes attendus à Expo 2015, qui se tiendra à Milan du 1er mai au 31 octobre prochain.

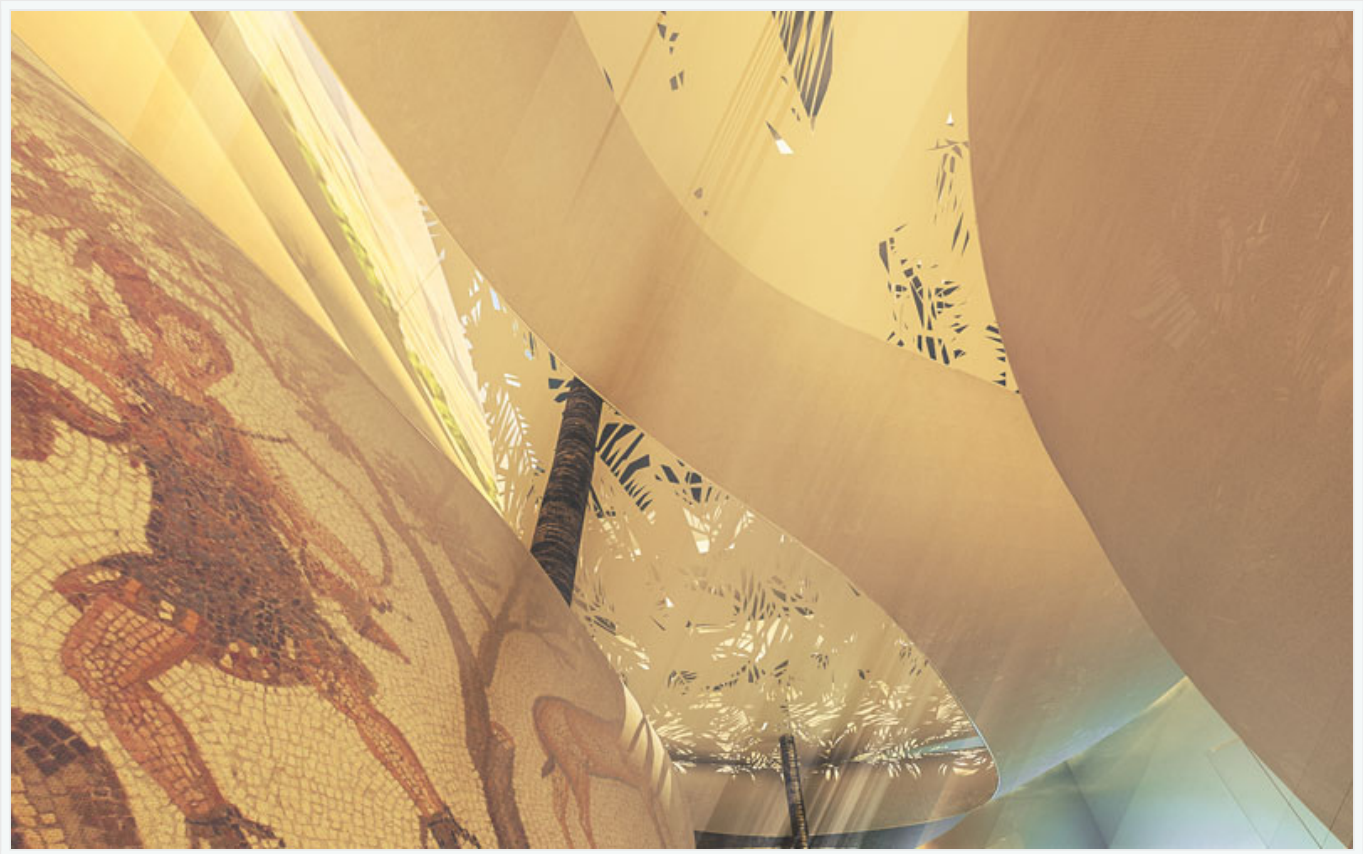
L’exposition aura pour thème “Nourrir la planète, énergie pour la vie”. Intitulé “l’oasis enchantée”, le pavillon de la Tunisie s’inspirera de l’oasis de Gabès – l’unique oasis littorale de Méditerranée. Tout en expliquant les particularités de l’agriculture oasienne, il produira sur le visiteur une expérience unique à travers un jeu de projections et d’hologrammes sur une enveloppe textile mouvante, sans oublier la dégustation de spécialités culinaires. Son commissariat général est assuré par Abdellatif Hamam, par ailleurs PDG du CEPEX.

Le catalogue officiel de la participation tunisienne édité par MCM



A cette occasion, un catalogue officiel de la participation tunisienne est édité par MCM. Il offrira sur 150 pages un panorama vivant de la Tunisie (incursions dans l’histoire, portraits, gros plans sur des lieux ou des spécialités emblématiques…), ainsi qu’une présentation des spécialités d’exportation tunisiennes et plus particulièrement le tourisme.

Le pavillon de la Tunisie : un jeu de projections sur une enveloppe textile mouvante



Tunisair va mieux… et s’éloigne du tourisme

Pour 2014, Tunisair améliorerait ses indicateurs. Cependant elle s’éloigne inexorablement du trafic charter qui ne représenterait plus que 14% de son activité, contre 37% en 2006. Il s’agit là d’un véritable changement de business model.

Lors d’une conférence de presse tenue ce matin au siège de Tunisair *(photo)*, sa PDG, Mme Salwa Sghaier, a pu afficher un optimisme mesuré. En effet, malgré la perte en 2014 de 189 000 passagers due aux turbulences des marchés libyen et russe, Tunisair augmente ses revenus de quelque 3% à 1 118 millions de dinars. Une hausse permise, notamment, par une compression des charges de 3% et l’augmentation de sa recette unitaire par passager de 6%.

La décision récente d’affecter en 2014 la prise en charge par l’Etat des dettes de Tunisair vis-à-vis de l’OACA (165 millions de dinars) permettra à la compagnie nationale d’afficher un résultat équilibré pour l’exercice 2014, contre une perte de 205 millions en 2013.

Concernant l’avancement de son plan de redressement, la compagnie a confirmé que, par rapport aux 1 700 départs volontaires prévus par le plan, 900 demandes volontaires ont été formulées dont 700 éligibles à ce départ.

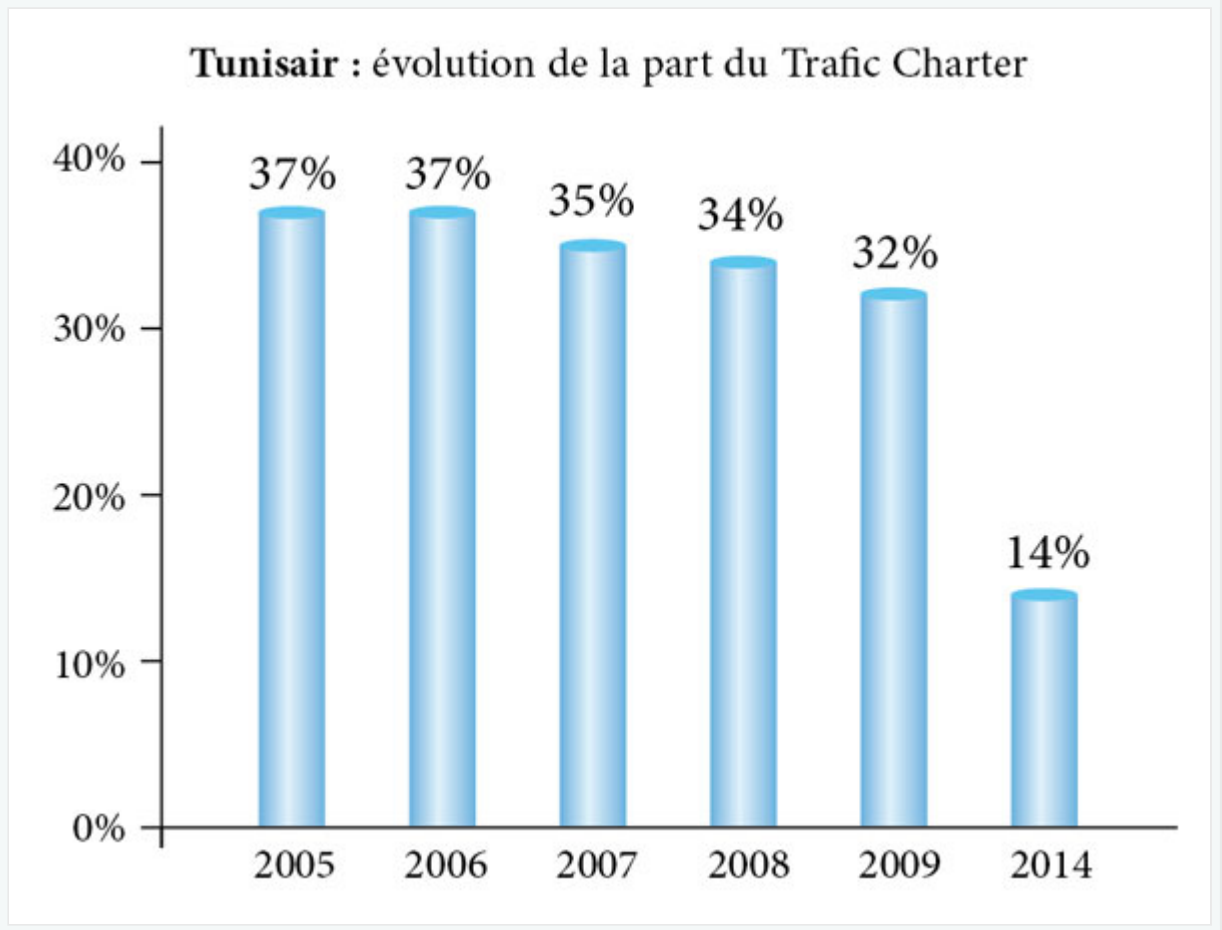
La compagnie confirme par ailleurs le maintien de son plan de flotte. En particulier, la réception des deux A330 est prévue pour respectivement mai et juin prochain. La compagnie n’annonce pas pour autant le lancement d’une ligne sur Montréal. Celle-ci *« n’interviendrait pas avant l’été 2016 »*, précise Tunisair.

« La vocation de Tunisair est le régulier »

En réponse à notre question sur l’activité charter de Tunisair, Mme Salwa Sghaier a précisé que *« la vocation de Tunisair est le trafic régulier »*. On

est, en effet, loin du temps où la compagnie nationale se targuait de son modèle hybride entre le régulier et le charter qui a si bien réussi au tourisme tunisien. Aujourd'hui, la recherche – légitime – de rentabilité pousse Tunisair à abandonner le trafic charter. Celui-ci ne représente plus en 2014 que 14% du trafic global de la compagnie, alors qu'il représentait 37% du chiffre d'affaires en 2006 *(voir graphique ci-dessous)*.

Et c'est selon ce même critère de rentabilité que Tunisair menace de supprimer la ligne Paris-Tozeur dès le 28 mars, si le ministère du Tourisme ne s'engage pas à prendre en charge le déficit de cette ligne.



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

EasyJet à Monastir

EasyJet annonce la programmation d’un Londres-Monastir dès le mois de juin prochain (lire **l’article de Tourmag**), démontrant ainsi son intérêt pour la Tunisie. Ce vol, annoncé à 38,99 euros, se fait dans le cadre d’accords bilatéraux entre la Tunisie et l’Angleterre, comme c’est déjà le cas pour d’autres compagnies low cost comme l’anglais Jet2 ou le français Transavia.

En attendant les accords sur l’Open Sky avec l’Union européenne qui permettront aux compagnies low cost de servir les aéroports tunisiens depuis n’importe lequel des aéroports européens choisis par elles, le vol d’EasyJet sur Monastir montre que ces compagnies sont dans de bonnes dispositions vis-à-vis de la destination.

Tendances : baisses alarmantes sur la France et l’Allemagne

En France “l’effet Charlie”, en Allemagne le retour en grâce de l’Egypte et de la Grèce expliquent la baisse des entrées sur ces deux marchés.

Au 10 février, les entrées de touristes français et allemands sont en recul respectivement de 9,1% et 5,9% par rapport à la même période de 2014. Une

baisse qui s’est principalement accélérée sur les dix premiers jours de février : –11% pour les Français et –28 ,4% pour les Allemands (voir tableau 1).
En France, notre destination semble subir “l’effet Charlie” comme la plupart des destinations “musulmanes”. Il s’avère donc urgent pour nos professionnels et pour le ministère du Tourisme de dissiper le malaise naissant chez nos clients français ; à l’instar du Maroc qui vient de débloquer 9,2 millions d’euros à cet effet.

Pour le marché allemand, l’explication est moins évidente. Tout allait bien pour la Tunisie jusqu’au mois d’octobre puisque, selon les chiffres officiels allemands de la saison écoulée (octobre 2013 à octobre 2014, voir tableau 2 pour les destinations concurrentes), nous réalisions sur le marché du court et moyen courrier par avion une croissance de 16%, contre une croissance moyenne du marché de 5,4% (à 19, 94 millions de touristes). Le décrochage de notre destination semble entamé à partir du mois de novembre, ce que confirment les statistiques de l’ONTT : les entrées allemandes accusaient en novembre un recul de 13%, après une progression de 4% en octobre.
Ce décrochage est confirmé par les chiffres de ventes. La Tunisie a subi, depuis l’ouverture en novembre des réservations d’hiver, les conséquences du retour en grâce de ses anciens concurrents. Selon une étude de la centrale de réservation allemande Traveltainment, alors que l’aéroport d’Enfidha enregistrait en décembre une baisse de 20% des arrivées allemandes, l’Espagne et surtout la Grèce enregistraient au même moment une forte croissance (+ 31% pour Rhodes, +25% pour Heraklion). Les réservations sur Hurghada, en Egypte, ont enregistré une hausse de 35% au mois de décembre après avoir crû de 22% au mois de novembre.

Par ailleurs, les réservations d’été semblent suivre cette même tendance à la baisse pour la Tunisie. De surcroît, un trop-plein de capacité hôtelière turque a été mis sur le marché allemand du fait de la chute du marché russe, ce qui risque de compliquer encore plus la tâche de nos opérateurs par une concurrence tarifaire encore plus ardue.

Nous nous sommes consolés ces dernières années de la baisse du marché français par le semblant de retour du marché allemand. Mais ces chiffres et ces faits tendent à confirmer qu’en Allemagne, nous n’avons pas encore quitté le statut de “destination de substitution”.

Tableau 1 : entrées des non-résidents du 1er janvier au 10 février 2015

NATIONALITÉS	2010	2014	2015	variation % 2015/2014	variation % 2015/2010
FRANCAIS	55 113	32 561	29 587	**-9,1**	-46,3
ALLEMANDS	15 232	13 370	12 578	**-5,9**	-17,4
ANGLAIS	15 177	11 987	12 769	**6,5**	-15,9
ITALIENS	15 402	9 974	10 635	**6,6**	-31,0
SCANDINAVES	1 929	1 436	1 317	**-8,3**	-31,7
SUISSES	2 104	1 143	1 355	**18,5**	-35,6
BELGES	4 729	4 380	4 038	**-7,8**	-14,6
HOLLANDAIS	1 769	1 628	1 670	**2,6**	-5,6
AUTRICHIENS	1 335	798	837	**4,9**	-37,3
ESPAGNOLS	5 295	1 753	1 892	**7,9**	-64,3
LUXEMBOURGEOIS	124	168	132	**-21,4**	6,5
GRECS	283	121	174	**43,8**	-38,5
PORTUGAIS	1 013	494	480	**-2,8**	-52,6
IRLANDAIS	992	163	199	**22,1**	-79,9
MALTAIS	178	118	164	**39,0**	-7,9
CROATES	701	173	82	**-52,6**	-88,3
SERBES	527	148	193	**30,4**	-63,4
TURCS	1 169	1 299	1 267	**-2,5**	8,4
LITUANES	80	52	82	**57,7**	2,5
RUSSES	1 028	1 155	554	**-52,0**	-46,1
UKRAINIENS	154	168	236	**40,5**	53,2
TCHEQUES	344	150	259	**72,7**	-24,7
SLOVAQUES	133	128	136	**6,3**	2,3
SLOVENES	82	41	74	**80,5**	-9,8
BULGARES	118	102	121	**18,6**	2,5
HONGROIS	726	133	145	**9,0**	-80,0
POLONAIS	1 906	1 315	1 055	**-19,8**	-44,6
ROUMAINS	416	377	447	**18,6**	7,5
DIVERS EUROPEENS	135	312	318	**1,9**	135,6
Total Européens	128 194	85 647	82 796	**-3,3**	-35,4
%	26,1	16,4	19,0		
ALGERIENS	68 333	84 501	92 199	**9,1**	34,9
LIBYENS	219 025	248 146	150 260	**-39,4**	-31,4
MAROCAINS	2526	2 819	4 348	**54,2**	72,1
MAURITANIENS	1363	1 654	1 817	**9,9**	33,3
Total Maghrébins	291 247	337 120	248 624	**-26,3**	-14,6
%	59,3	64,5	57,0		
AMERICAINS	1 484	1 304	1 365	**4,7**	-8,0
CANADIENS	1 357	677	711	**5,0**	-47,6
Total Nord-Américains	2 841	1 981	2 076	**4,8**	-26,9
%	0,6	0,4	0,5		
Total Moyen-orientaux	3 462	2 694	3 150	**16,9**	-9,0
%	0,7	0,5	0,7		
AFRICAINS	2 494	3 494	3 387	**-3,1**	35,8
JAPONAIS	2 392	1 015	510	**-49,8**	-78,7
DIVERS	1 858	1 988	1 846	**-7,1**	-0,6
AUSTRALIENS	259	94	182	**93,6**	-29,7
CHINOIS	332	745	444	**-40,4**	33,7
BRESILIENS	276	122	185	**51,6**	-33,0
Total N-Résidents étrangers	433 355	434 900	343 200	**-21,1**	-20,8
TUN RESID A L'ETRANGER	57 909	88 063	118 93	**5,7**	60,8
TOTAL GENERAL	491 264	522 963	436 318	**-16,6**	-11,2

Source : ONTT

Tableau 2 : Principales destinations des Allemands en court et moyen courrier par avion, octobre 2013 à octobre 2014

Destination	Nombre de touristes (millions)	Croissance 2013-14
Espagne	8,9	6,9%
Baléares	4,4	3,3%
Iles Canaries	2,9	17%
Turquie	3,9	2,4%
Italie	2,3	5,9%
Grèce	2	19%
Egypte	0,714	-19%

Source : Office Fédéral des Statistiques / FVW Janvier 2015

Qatar : histoire d’une pub

« Autant de pub pour une si petite destination ? ces Qataris se donnent vraiment les moyens … », pourrait se dire le voyageur à Paris, à voir les murs des aéroports tapissés d’affiches publicitaires montrant les joueurs du PSG vantant les mérites du Qatar comme destination touristique. En fait, l’histoire de cette campagne est moins reluisante qu’elle n’en a l’air ; elle est relatée dans un livre français récent, « Une France sous influence, quand le Qatar fait de notre pays son terrain de jeu » que publie Vanessa Ratignier avec Pierre Péan aux éditions Fayard. On y apprend que cette campagne a moins été dictée par les besoins de communication du tourisme du Qatar que par l’instauration d’une nouvelle directive de l’instance européenne de football concernant la gestion des clubs…
Extraits :

« En vertu de la règle du fair-play financier, les clubs ne doivent pas dépenser plus d’argent qu’ils n’en génèrent », *précise l’UEFA, en janvier 2011, alors que l’organisation commence tout juste à contrôler les finances des clubs engagés dans des compétitions européennes. A défaut, ceux-ci prennent le risque d’être exclus des compétitions européennes.*

Un risque à éviter à tout prix. Certes, à ce jeu-là, le PSG dispose de solides atouts : son propriétaire, ses gazo-dollars, ses nombreuses passerelles pour injecter de l'argent frais dans le club parisien, gourmand de stars du ballon rond. A l'issue de la saison 2011-2012, le PSG risquait cependant d'afficher un déficit considérable, résultant notamment des sommes dépensées pour l'achat et les salaires de joueurs, montants que ne compensaient pas, loin de là, les recettes du club. Des pertes que la mise en place du fair-play financier interdit de répéter sous peine de sanctions. Aussi, pour continuer à mener grand train tout en évitant le blâme, QSI (Qatar Sports Investments, ndlr), propriétaire du PSG, s'est tourné vers QTA, la Qatar Tourism Authority. Tous deux ont signé un contrat d'image. Son enjeu : promouvoir le Qatar comme destination touristique. Son montant : 125 millions d 'euros pour la saison 2011-2012, montant qui devrait atteindre les 200 millions d'ici la saison 2015-2016. Grâce à ce contrat surprise, le PSG réduit son déficit pour la saison 2011-2012 à 5,45 millions d'euros ! Sauf que le prix versé par QTA n'a pas de contrepartie, le contrat ayant été signé fin 2012. Pourtant, la prestation non effectuée a bel et bien été rémunérée. Le contrat, d'un montant de 600 millions sur quatre ans, s'applique en effet dès l'exercice écoulé. Phénomène inédit ! Et une aubaine pour le PSG qui efface ainsi la quasi-totalité de ses pertes tout en respectant, ne serait-ce qu'en apparence, les exigences du fair-play financier instauré par l'UEFA.

Selma Elloumi Rekik installée au ministère du Tourisme

La cérémonie de passation entre Mme Karboul et celle qui lui succède au ministère du Tourisme, Mme Elloumi Rekik, s'est effectuée cet après-midi au siège du ministère. De cette cérémonie, on retiendra l'émotion de la ministre sortante, et l'air déterminé de la nouvelle ministre.

En effet, cette dernière a insisté, lors de sa courte intervention, sur la nécessité de « *réformer les structures* », de continuer les réformes entamées

par l’équipe sortante mais aussi de définir de nouvelles priorités qui, a-t-elle insisté, ne sauront être fixées *« avant la consultation des professionnels »*.

Un vœu de dialogue qu’elle a tenu à confirmer auprès de Radhouane Ben Salah, président de la FTH, en lui proposant de *« se voir rapidement »*. Ce dernier n’a pas manqué de se montrer optimiste quant au bon déroulement de la collaboration avec la nouvelle ministre.

Photo, de g. à droite : Selma Elloumi Rekik, Amel Karboul et Wahida Djaït, DG de l’ONTT.

N’oublions pas Chokri

C’est en ce même jour de l’année 2013 que fut assassiné le Martyr Chokri Belaïd, sans que les instigateurs de ce crime soient connus à ce jour.

La question qui se pose aujourd’hui est de savoir si le nouveau gouvernement et son ministre de l’Intérieur béni par Ennahda pourraient tenir la promesse électorale de Nidaa Tounes de faire aboutir ce dossier, en désignant et condamnant tous les participants à ce qui fut un véritable attentat contre le pays et contre la démocratie.