Afrique : demain le Tourisme

> Et si le développement du tourisme en Afrique passait par celui des marchés domestiques et du tourisme interafricain ? Déjà, l'essor actuel des hôtels d'affaires en Afrique semble *in fine* le résultat de l'augmentation de la clientèle africaine, qui avoisine désormais 2/3 du marché contre seulement 1/3 il y a dix ans.

L'Afrique peut s'enorgueillir d'un réel développement de son tourisme. Si on se réfère aux chiffres de l'année 2014, qui était un bon cru pour le tourisme africain, notre continent a bénéficié de 65 millions d'arrivées internationales pour une recette de 43,6 milliards US$; à comparer avec les 17 millions d'arrivées en 1990.

Cependant, à y regarder de plus près, les performances de notre continent sont en-deçà de son potentiel réel. Les arrivées y représentent à peine 5% des arrivées dans le monde et, en termes de recettes, l'Afrique ne peut rivaliser avec l'Espagne qui, à elle seule, affichait la même année 49,3 milliards d'euros, soit quelque 59 milliards de dollars de recettes pour un nombre équivalent d'arrivées.



Le Burkina Faso (en haut : la Tanzanie)

Manque d'infrastructures, risques sécuritaires, faiblesse de la promotion… les explications avancées à ce « sous-développement » touristique de l'Afrique sont nombreuses, et leur pertinence souvent réelle. Cependant, on ne relève pas suffisamment deux faiblesses majeures du tourisme africain :

- faiblesse des marchés intérieurs des destinations africaines ainsi que du tourisme interafricain,
- faiblesse de la segmentation des produits touristiques africains.

Des faiblesses qui contrastent avec l'évolution du tourisme mondial, et surtout avec le potentiel des pays africains.

Pour s'en convaincre, prenons l'exemple du segment Incentives. Un segment qui reste inexploré, ou seulement effleuré par quelques rares destinations (Afrique du Sud, Maroc, Egypte et Tunisie) malgré un potentiel immense : sites naturels ou historiques, culture et traditions d'une grande richesse et même des hôtels de haut standing (chaînes internationales ou africaines). Il ne manquerait que les structures adaptées tant privées que publiques (agences de voyages spécialisées, Incentives houses, cellules spécialisées au sein des offices du tourisme…) et des budgets de promotion dédiés.

Dans ce cas précis, la clientèle ne serait pas exclusivement européenne ; une demande africaine existe bel et bien. Déjà, des entreprises du continent ou implantées dans les pays africains « allient l'utile à l'agréable » en choisissant une destination africaine où elles opèrent déjà, ou envisagent d'opérer. Et on peut légitimement prévoir une inversion de la structure de la clientèle, comme celle qui s'est opérée au niveau des voyageurs d'affaires dont les deux tiers proviennent désormais du continent contre seulement un tiers il y a dix ans.

La multiplication des liaisons aériennes interafricaines et le développement des échanges commerciaux interafricains plaident aussi pour un tel développement.

Quid alors du tourisme d'agrément interafricain ? Le flux touristique interafricain n'est pas condamné à rester à son état embryonnaire actuel, ni à se limiter à quelques niches comme le tourisme de santé. Une récente étude du Cabinet Deloitte* conclut à *« l'émergence d'une classe moyenne, stimulant ainsi la demande de produits de consommation, de services et de produits de luxe »* ; une classe moyenne qui compterait en 2060 quelque 1,1 milliard d'individus, contre seulement 355 millions en 2010. A charge pour les agences de voyages africaines et leurs fédérations de saisir les opportunités qui s'offrent à elles.

LM

**La consommation en Afrique. Le marché du XXI^{e} siècle. Juin 2015.*

Olfa Youssef : une indignation mal placée

Lettre ouverte à Olfa Youssef : on ne peut vous reprocher votre “intrusion” dans le tourisme, mais de n’avoir pas pris la peine de vous informer avant.

Madame,

Intellectuelle vous êtes, et en tant que telle, vos “intrusions” dans la vie politique ces dernières années ont été, pour le citoyen que je suis, de véritables bouffées d’air frais.

Intellectuelle, vous vous devez d’attirer l’attention, de sonner l’alerte, d’être un « *chien de garde* » au sens que lui donnait Paul Nizan. Intellectuelle, vous vous devez, à la manière d’un Stéphane Hessel, de vous indigner et d’appeler vos concitoyens à l’indignation.

En apprenant votre appel au boycott des hôtels tunisiens, j’espérais des propos à la mesure de votre réputation naissante ; j’espérais une dénonciation d’un fait grave ou d’un danger qui guetterait nos enfants et nos familles. Rien de tout cela : vous montez sur vos grands chevaux pour défendre le droit d’une minorité au“ luxe pas cher”.

En effet, vous réclamez en substance un « droit » pour les Tunisiens à fréquenter les hôtels à un “prix bas” que vous considérez comme le “juste prix ”– puisque votre expérience des hôtels ailleurs qu’en Tunisie le prouve – et partant, vous érigez le *« boycott »* des hôtels tunisiens en *« devoir national ».*

Ainsi résumée, votre indignation est un chef d’œuvre d’amalgames.

En effet, s’il y a un droit à réclamer pour le plus grand nombre des Tunisiens, c’est sûrement celui aux loisirs et au tourisme, et non pas « aux hôtels ». Savez-vous qu’en France, par exemple, seuls 10% des vacanciers peuvent se payer des hôtels, et que 70% optent pour l’hébergement non

marchand (famille, amis…) soit 66% des nuitées annuelles de ce pays ? Pourquoi voulez-vous que tous les Tunisiens partent à l'hôtel ? Sont-ils mieux nantis que les Français ?

Pourquoi faites-vous, comme d'autres, une fixation sur les hôtels, augmentant ainsi la frustration de vos concitoyens ? A vous entendre : « hors des hôtels, pas de vacances véritables ». Pourquoi ne réclamez-vous pas des piscines et des aires de jeux dans tous les arrondissements municipaux du pays (comme c'est le cas en Europe) pour répondre à l'aspiration légitime des Tunisiens aux loisirs ? Est-ce le rôle des hôtels ou de l'ONTT de répondre à cette aspiration ? Vous auriez pu critiquer le modèle de développement de l'hôtellerie tunisienne, voulu par l'Etat comme source de devises, et ainsi dédié aux étrangers et aux seules régions côtières ; vous auriez pu reprocher à nos investisseurs hôteliers de délaisser l'hôtellerie économique adaptée à la bourse des Tunisiens et des Maghrébins, comme vous auriez pu vous étonner que les nombreuses chaînes étrangères n'exportent chez nous que leurs enseignes haut et moyen de gamme, et non les enseignes du genre Motel ou Formule 1. Vous auriez pu critiquer l'absence d'une politique de l'Etat pour faciliter le départ en vacances du plus grand nombre comme cela existe en France (chèques vacances…).

Au lieu de cela, vous avez choisi de vous intéresser au "droit" des Tunisiens à choisir des hôtels de "luxe bon marché" – une nouvelle version du dicton de la jument « coureuse et non mangeuse ».

Finalement, vous êtes victime, autant que n'importe quel Tunisien lambda, de l'éternel amalgame entre tourisme et hôtellerie.

Vous êtes aussi victime de vos sources sur le sujet, que je soupçonne d'être des émissions de variétés plutôt que des lectures sérieuses. Vous accusez les hôteliers tunisiens d'escroquerie pour la raison étonnante qu'ils vendent les séjours par personne et non par chambre. Sachez que nos hôteliers n'ont – malheureusement – rien inventé en matière de commercialisation. En effet, tous les hôtels qui n'offrent que des chambres, dont beaucoup d'hôtels de ville, dans le monde comme en Tunisie, affichent des tarifs par chambre. Et, au contraire, les hôtels resorts (c'est-à-dire des complexes touristiques offrant, en plus des chambres, des restaurants, des bars, des piscines, des terrains de sport, des centres de bien-être, des jardins… et les frais qui vont avec) affichent des tarifs par personne, notamment en all inclusive ou

en pension complète.

Que retenir alors de votre indignation ? A qui profite-elle ? je vous laisse deviner…

Lotfi Mansour

Ennahda : questions autour d'un congrès

Alors que le parti de Rached Ghannouchi se dit prêt à "se tunisifier", il fait appel à un organisateur d'événements turc pour son congrès. Questions autour d'un choix.

Le 10e congrès d'Ennahda, qui débute demain, est sans aucun doute le grand événement du moment. A la question de savoir comment il a été financé, des responsables du parti ont répondu : par les congressistes qui payent 50 dinars chacun et par les adhérents. Ces derniers savent-ils qu'ils contribuent ainsi à une évasion de précieuses devises pour le pays ?

En effet, c'est un organisateur d'événements turc, le bien nommé Illusionnist (ça ne s'invente pas), qui s'est chargé de la partie "Films et animation" de ce congrès. Il a par ailleurs consulté des agences événementielles en Tunisie afin de choisir un sous-traitant pour l'intendance (estrades, projecteurs, Barco…). La logique voudrait que l'agence turque soit payée par Ennahda, pour pouvoir à son tour payer le sous-traitant tunisien.

En ce cas, la question est : comment Ennahda payera-t-elle son prestataire turc – puisqu'elle doit le payer, le financement par une partie non tunisienne étant interdit par la loi ? La Banque Centrale pourrait-elle autoriser un transfert de devises pour une prestation dont l'équivalent existe en abondance en Tunisie ? Au moment où le parti de Rached Ghannouchi se dit prêt à "se tunisifier", il montre en tout cas sa défiance vis-à-vis des prestataires tunisiens en faisant appel à un organisateur d'événements étranger.

La logique voudrait aussi que le deuxième parti politique de Tunisie veille à préserver les devises du pays à un moment de grave crise économique. A moins qu'Illusionnist ne soit un prestidigitateur capable de faire sortir de son chapeau la "colombe" du parti islamiste, et le financement qui va avec.

Une réponse d'Ennahda nous éclairera peut-être.

Lotfi Mansour

L'embellie du marché russe

En plus du TO Pegas, qui prévoit désormais plus de 200 000 sièges sur toute la Tunisie, Anex Tours en est à 130 000 sièges et Odean à 68 000. Une embellie qui sera le fait majeur de cette saison.

Même s'il ne suffit pas à pallier la baisse générale de la fréquentation de nos hôtels, le marché russe promet d'y participer d'une manière significative, avec une programmation aérienne en hausse jour après jour. Le TO Pegas prévoit d'ores et déjà de quintupler ses sièges sur Djerba (100 000 sièges environ, contre 20 000 prévus il y a un mois, lire notre article **Pegas à Djerba**), pour un total de 200 000 sièges sur toute la Tunisie. S'y ajoutent notamment l'arrivée d'Anex Tours, qui prévoit 130 000 sièges jusqu'à octobre, et celle de Coral/Odean avec 68000 sièges.

Ces programmations nouvelles laissent espérer, selon Majid Kahlaoui, représentant de l'ONTT à Moscou, de clôturer la saison avec au moins 350 000

arrivées russes. Cette réaction aussi rapide que positive du marché russe montre, pour M. Kahlaoui, *« l'efficacité des efforts fournis sur ce marché, notamment la visite de la Ministre du Tourisme et le soutien à l'aérien »*.

Au-delà des polémiques qu'on entend çà et là sur les prix de vente concédés, ou sur le caractère conjoncturel de la demande russe, la pérennité de ce marché et son développement sont maintenant entre les mains des professionnels qui ont l'occasion de fidéliser cette clientèle nouvelle. Une clientèle qui n'est pas que familiale ou "bas de gamme", puisque les Russes occupent désormais le premier rang de fréquentation de nos centres de thalasso.

Les hôtels de catégorie supérieure ne se trompent d'ailleurs pas sur la qualité des clients russes en leur consacrant une place de choix dans leur politique commerciale. Tel est le cas, par exemple, du Radisson Palace Djerba pour qui la clientèle russe est synonyme de *« thalasso tous les jours et limousine pour aller au casino le soir »*, selon l'expression de son directeur Mohamed Jerad.

Vincci Hoteles se relance en Tunisie

La chaîne Vincci vient d'annoncer l'ouverture avant la fin de ce mois de deux nouveaux hôtels sous son label. Il s'agit du Vincci Marillia (4 étoiles) à Yasmine Hammamet et du Vincci El Mansour (4 étoiles) à Mahdia. Anciennement sous label Riu, ces deux unités seront sous contrat de gestion pour compte avec Vincci. Ainsi, six hôtels en Tunisie seront gérés par la chaîne, qui en gère par ailleurs trente en Espagne.

Pegas à Djerba : l’hirondelle qui fait le printemps

A partir de demain 23 mars débuteront les vols du TO russe Pegas Touristik sur Djerba-Zarzis à raison de deux vols par semaine. Ils passeront à trois vols dès le mois de mai. Ce pari fait par le TO, avec le soutien de l’ONTT et des professionnels de la région, s’avère concluant et prometteur. En effet, le premier vol du 23 mars est déjà annoncé plein à 100%, et celui qui le suit est rempli à 70%, ce qui présage déjà d’un bon succès de Djerba sur le marché russe. Un éductour de 440 agents de voyages russes se déroule à Djerba depuis le week-end dernier. Il ne pourra que confirmer ce succès, sinon l’amplifier, puisque chez Pegas on envisage déjà une programmation de Djerba au-delà du mois d’octobre – soit pour la saison hiver 2016-2017.

Evidemment, les 20 000 sièges prévus par le tour-operator russe (mars à octobre) ne vont pas suffire au remplissage des quelque 56 000 lits lits de la région, ni même de la douzaine d’hôtels programmés par ce TO. Mais ils présagent d’un bel avenir de la destination Djerba sur un marché où elle a été jusque-là quasi-absente.

Heureux comme un Russe à Djerba : tel a été le cas des 440 agents de voyages invités par Pegas durant un long week-end.

Ici au Seabel Rym Beach…









… et à l’Odyssée Resort Zarzis :



Culturas, un musée sous la mer

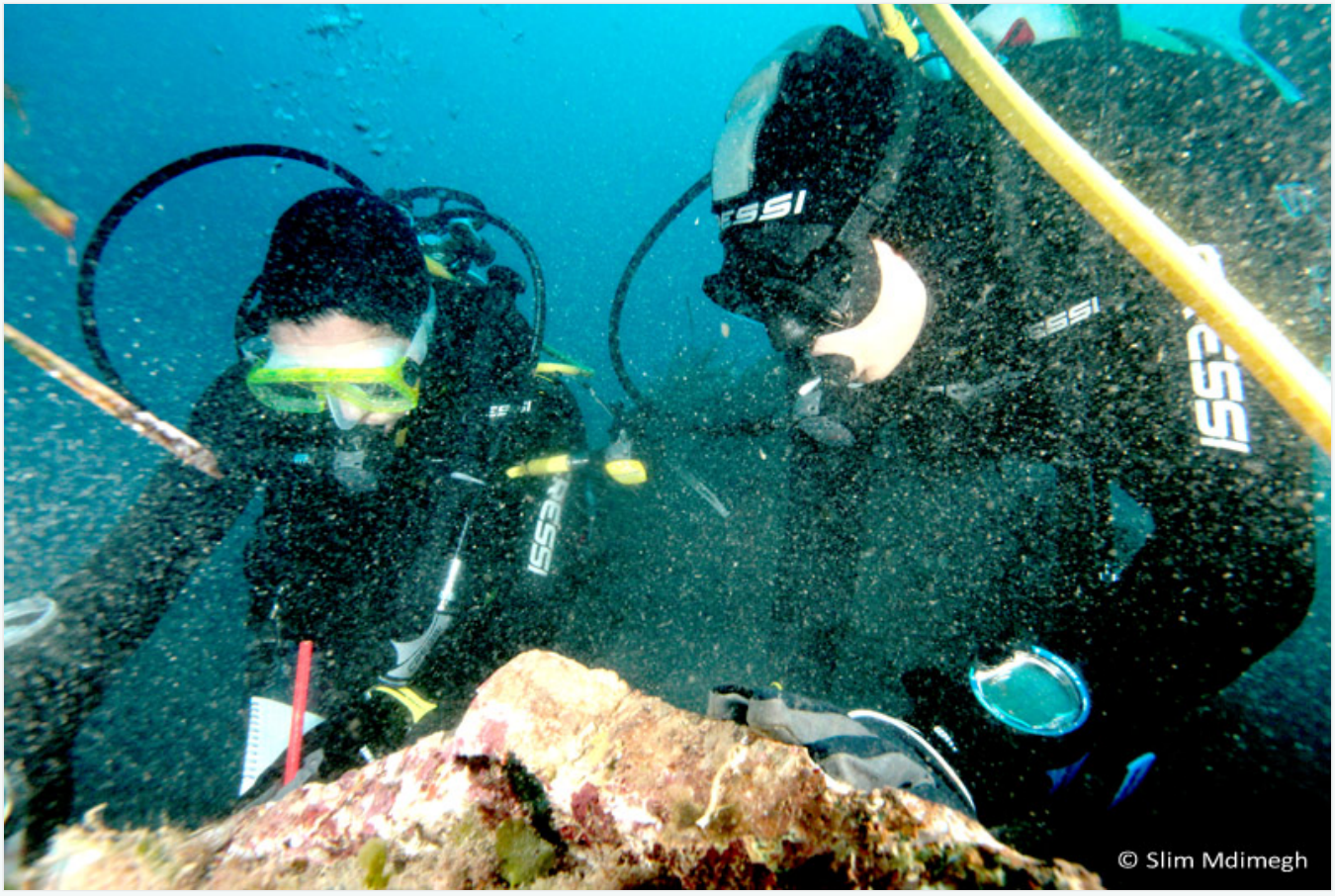
Des sites archéologiques sous-marins de Tunisie sont en cours d’aménagement pour être visités par les plongeurs amateurs. Un projet né d’une coopération tuniso-sicilienne.

Bientôt, on pourra se promener au fond de la mer au milieu d’objets antiques, et lire les informations concernant chaque pièce sur une étiquette, comme dans n’importe quel musée. A condition, bien sûr, d’être initié à la plongée sous-marine.

Culturas est le nom de ce projet innovant qui permettra de mettre des sites archéologiques sous-marins à la portée du public. Déjà, au large de Raf-Raf,

des objets antiques reposant au fond de la mer ont été recensés, nettoyés de leur gangue d'algues et d'organismes marins, et enfin étiquetés pour être intégrés dans un parcours. Le même sort attend d'autres sites sous-marins face à Tabarka et à Kerkouane.

Occupant une position centrale en Méditerranée, la Tunisie est entourée d'épaves de toutes les époques – la plus fameuse étant celle de Mahdia, dont la cargaison de pièces d'art hellénique est exposée au musée du Bardo. Cargaisons de navires ayant sombré, ou parties de cités antiques recouvertes par la montée du niveau de la mer, forment un véritable musée sous-marin tout le long des côtes tunisiennes.



Culturas est l'acronyme de "Culture et tourisme actif et soutenable". Le projet s'inscrit dans le programme de coopération tuniso-italienne, et plus particulièrement avec la région Sicile. Côté tunisien, l'ONTT et l'INP en sont partenaires.

Le but de ce projet est d'associer la valorisation du patrimoine archéologique à un tourisme durable à travers des activités sportives. Ainsi,

outre la plongée sous-marine, le cyclotourisme sera concerné puisque des itinéraires de découverte en vélo de sites archéologiques sont aussi en préparation. L'ambition est d'aboutir à des parcours transfrontaliers : la province de Trapani en Sicile (qui appartenait autrefois à l'empire de Carthage) fait aussi partie des zones pilotes pour ce projet.

Photos : Slim Mdimegh

Tunisie-Algérie : impulsion de la coopération dans le tourisme

La réunion de la commission mixte tuniso-algérienne du tourisme, tenue les 10 et 11 novembre, devrait servir de point de départ à l'accélération de la coopération entre les deux pays, tant les synergies entre eux semblent évidentes. Les résultats de cette réunion ont été exposés lors d'une conférence de presse commune des deux ministres du Tourisme, Selma Elloumi Rekik pour la Tunisie et Omar El Ghoul pour l'Algérie.

On y relève notamment le jumelage entre l'Agence Foncière Touristique et son homologue algérienne, l'Agence Nationale de Développement Touristique. De même, plusieurs décisions relatives à l'échange d'expertise et à la formation ont été annoncées. La coopération entre les deux pays devrait aussi toucher le domaine de la commercialisation et du marketing, notamment par la création de circuits et de produits communs aux deux pays qui bénéficieront d'une commercialisation commune.

La recherche de synergies entre les deux flottes aériennes est évoquée. L'investissement dans le tourisme est également visé par cet accord : il est question que les offices de tourisme tunisien et algérien se chargent, dès 2016, d'organiser des rencontres mettant en avant les opportunités d'investissement dans les deux pays.

Optimiste, le ministre algérien a déclaré qu' *« avec ce traité, nous enlèverons la plupart des freins au développement du tourisme entre les deux*

pays ».

Le Laico Tunis ouvrira début 2016

Le Directeur Général de Laico, Ibrahim Eldanfour, nous confirme que l'ouverture de l'ex Abou Nawas Tunis est prévue pour le tout début de l'année 2016. Une annonce qui fait suite à notre article du 29 octobre **Laico Tunis, une fermeture qui n'a que trop duré**.

Nommé à la tête de Laico depuis moins d'un an, I. Eldanfour se dit mobilisé pour cette ouverture. Une visite sur le chantier de l'hôtel *(photos)* nous a permis de constater que les travaux vont bon train, même si l'hôtel sera obligé de retarder l'ouverture de son Spa (450 m2 et 11 cabines de soins) et de son centre de congrès, l'un de ses futurs points forts. Avec une salle plénière de plus de 1000 places et une autre – l'ancienne salle Carthage – de 600 places, ainsi que plusieurs salles de commissions, ce centre aura une entrée indépendante ainsi qu'un restaurant d'appoint qui lui est dédié.
Un autre point fort de l'hôtel sera certainement l'executive floor du treizième étage avec son business center, ses deux salles de réunions, et surtout sa vue panoramique sur le centre de Tunis. Ibrahim Eldanfour confirme que l'hôtel commencera bientôt le recrutement de quelque 200 nouveaux cadres et employés, en plus des 200 anciens de l'Abou Nawas.

La gestion de l'hôtel sera fort probablement confiée à la société Laico Management qui gère actuellement deux hôtels en Tunisie et huit autres en Afrique subsaharienne.

Par ailleurs, à propos du litige évoqué dans notre article et opposant Laico aux gouvernements du Rwanda et du Togo, Ibrahim Eldanfour nous a confirmé qu'un arrangement à l'amiable était en voie de se concrétiser avec les deux pays.

Le DG de Laico, Ibrahim Eldanfour,
entouré de Moez Gueddas, architecte (à droite), et A.A. Shanisheh, directeur du projet



Un chantier qui va bon train







Le restaurant principal



Une cuisine



Le spa (11 cabines de soins)



L’executive floor



Hôtellerie : les quadras se mobilisent

Est-ce la fin de la désunion des hôteliers tunisiens et le début d'un renforcement de la FTH ? C'est en tout cas ce que laisse présager la mobilisation de quelque 35 hôteliers "de la deuxième génération", propriétaires d'hôtels indépendants (Le Sultan, Sindbad, Meninx etc.) ou de chaînes hôtelières (Hasdrubal, Golden Yasmin, Palm Beach, Seabel Hotels etc.).

Ces quadras se sont réunis à deux reprises, le 21 et le 27 octobre, à l'hôtel Corail des Berges du Lac pour réfléchir à la situation du secteur et contribuer à sa sortie de crise. Pour la plupart peu impliqués dans la vie de la FTH, ils pensent rejoindre les rangs de la fédération hôtelière et imaginent déjà des moyens pour faire évoluer ses statuts. En effet, la réunion du 27 octobre a eu pour objet la restructuration de la FTH en présence d'Ali Chelbi, auteur d'une étude sur cette question il y a une dizaine d'année.

La prochaine réunion des quadras abordera les aspects juridiques d'une telle restructuration avec Me Ghazi Ghrairi.