Vidéo - René Trabelsi : ce qui est fait, ce qui reste à faire…

Entretien avec René Trabelsi. A bientôt un an de son arrivée à la tête du ministère du Tourisme et de l'Artisanat, il livre son bilan et se livre : ses convictions, ses projets, ses coups de foudre…

Un documentaire en l'honneur des bâtisseurs

> « Des hommes et des étoiles » est le documentaire qui a été diffusé lors de la soirée de gala de Tunisia Hospitality Award et plébiscité par l'ensemble des invités.

Une occasion de rassemblement de la grande famille du tourisme, y compris de ses personnalités éminentes qui nous ont quittés : telle a été la philosophie de la cérémonie de remise des prix de **Tunisia Hospitality Award** avec l'exposition *« Le passé, c'est l'avenir »* et la diffusion du documentaire *« Des hommes et des étoiles »*.

Autant l'exposition que le documentaire rendaient hommage aux bâtisseurs de l'hôtellerie et du tourisme tunisiens.

Lire aussi **notre article** sur Tunisia Hospitality Award.

Echos de l’ITB : Tunisia is back

L’ ITB, premier salon mondial du tourisme, qui s’est tenu du 6 au 8 mars à Berlin, a tenu toutes ses promesses avec 113 500 visiteurs professionnels et de bonnes prévisions pour la Tunisie.

« Tunisia is back »

Tel est le commentaire du premier magazine professionnel allemand, FVW. Un retour de la destination sur le marché allemand qui lui permettrait d’atteindre cette année les 400 000 visiteurs.

La bataille de l’hiver

Le Ministre du Tourisme et de l’Artisanat, René Trabelsi, a dû insister durant ses rencontres avec les grands tour-opérateurs sur les besoins de la

destination en remplissage durant la période hivernale. Tunisair, de son côté, est entré en négociation avec ces mêmes TO pour la commercialisation des avions A320 neo pour l'été 2020, et une augmentation de ses fréquences depuis l'Allemagne pour l'hiver 2019/2020, notamment sur Djerba et Monastir.

Ali Miaoui (DGA de Tunisair) et le Ministre René Trabelsi

Tendances

Le marché des tour-opérateurs allemands enregistre une augmentation plus nette des revenus que du nombre de client grâce à des prix de vente revalorisés.

Le Top 3 des TO sur les 3 marchés germanophones (Allemagne, Suisse alémanique et Autriche) reste inchangé avec une TUI en tête (+ 8,5% des revenus et 14% de part de marché), Thomas Cook au 2e rang (+ 4,7% des revenus et 9,7% de part de marché) et enfin DER Touristik (- 1,2% des revenus et 7,4% de part de marché). Ce dernier, en recul en Allemagne pour cause de restructuration, se maintient en Tunisie en tête des tour-opérateurs (via Rewe Touristik et son réceptif DER Touristik Service DTS) avec un nombre de clients estimé à 60 000 en 2018 et 90 000 prévus en 2019.

Le groupe DER Touristik compte actuellement 8 hôtels franchisés en Tunisie (4 enseignes) et un hôtel en gestion (Lti Bellevue Park).

Le Ministre du Tourisme recevant le staff de DER Touristik :
(de g. à dr.) Foued Lejmi (Directeur Général DTS Tunisie & Contracting Manager DER Touristik), Christian Grage (CEO DER Touristik Hotels & Resorts), Karim Baaziz (Directeur des Opérations DER Touristik Hotels & Resorts) et Hassene Brahim (Directeur Commercial Afrique du Nord DER Touristik Hotels & Resorts)

Tourisme et développement durable

Le ministre du Tourisme et de l'Artisanat, René Trabelsi, était l'invité d'honneur de la journée "Tourisme pour un développement durable". Il a pu dialoguer avec le Secrétaire d'Etat Allemand au Ministère de l'Economie, de la Coopération et du Développement (BMZ), Norbert Barthle, le président du DRV, Norbert Fiebig, ainsi que Sarah Schwepcke, directrice Tunisie du GIZ.

Le ministre allemand a pu ainsi souligner la volonté de son pays de soutenir les pays dont les politiques touristiques s'inscrivent dans une optique de développement durable garantissant non seulement l'embellissement et la

protection de la nature, mais surtout plus de revenus pour les locaux : *« La durabilité est partie intégrante de toute politique touristique et non plus une option »* a-t-il insisté.

De son côté, René Trabelsi a exposé les progrès récents du tourisme tunisien en exprimant le besoin *« d'un appui allemand dans les domaines de la formation, la qualité et surtout de l'environnement »*.

(De g. à dr.) Le Ministre allemand Norbert Barthle, le président du DRV Norbert Friebig et René Trabelsi

L'équipe GIZ Tunisie avec le Ministre du Tourisme et des hôteliers :
Sami Saya (1er à partir de la g.), chef du Cluster Economie et emploi GIZ Tunisie,
Mourad Belajouza de Seabel Hotels (3e), Sarah Schwepcke, directrice Tunisie du GIZ,
René Trabelsi et Farhat Ben Tanfous, de la Résidence Toumana à Djerba

Agents de voyages tunisiens

Les agents de voyages tunisiens étaient présents en force à l'ITB. Des délégations des deux fédérations, FTAV et Fi2T, étaient présentes et, à leur tête, les deux présidents Jabeur Ben Attouch et Houssem Ben Azzouz.

(De g. à dr.) D. Letaief (SG FTAV), Z. Felfoul (Option voyages), M. Ameur (Barclay's),
J. Ben Attouch (Président FTAV), I. Ouerzazi (Travel Academy)

(De g. à dr.) K. Kamoun (Voyages 2000), W. Tritar et I. Jedai (Blue Style)

Best Of Tunisia

Le guide “Best Of Tunisia” de TunisiaTourism.info était largement diffusé sur le salon. Pour l’occasion, le portail (édité par MCM) a aussi diffusé des marque-pages en plusieurs modèles illustrant l’artisanat et le patrimoine tunisiens.

Tunisia Hospitality Award : le jury reçu par le Ministre

René Trabelsi, accompagné de la nouvelle Directrice Générale de l'ONTT Amel Hachani, a reçu aujourd'hui le jury du trophée Tunisia Hospitality Award (lire **notre article**). Ce jury est composé de Mounir Ben Miled (président du Jury), Mehdi Allani (FTH), Sonya Ayed (FTAV), Walid Tritar (FI2T), Emna Bouchoucha (consultante) et Lotfi Mansour (MCM/tunisiatourism.info).

Le Ministre a approuvé le processus envisagé pour sélectionner les hôtels à primer – processus basé sur le GRI de ReviewPro, donc sur les avis et notes des clients.
Cependant il a relevé que, si le client peut décider de la réputation des hôtels, il doit le faire en étant informé de ses droits et devoirs.
S'inscrivant en faux contre l'idée que « le client est roi », il préfère dire que « le client a toujours raison, sauf quand il a tort ! ».
René Trabelsi a ainsi attiré l'attention sur la difficulté pour les hôtels de

faire cohabiter des groupes de clients dont les aspirations sont parfois divergentes. Il a insisté sur le fait qu'il revient aux hôtels d'être pédagogues afin de faire connaître et respecter leurs règlements internes.

Par ailleurs, le Ministre du Tourisme a approuvé l'idée de décerner un prix spécial du Jury aux meilleurs élèves des écoles de formation.

Rappelons que la 1e édition du trophée Tunisia Hospitality Award se tiendra mercredi 19 juin au Laico Tunis. La distribution des trophées se fera lors d'un dîner-gala qui sera rehaussé par la présence du Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.

De gauche à droite : Sonya Ayed, Emna Bouchoucha, Mehdi Allani, Lotfi Mansour, Mounir Ben Miled, René Trabelsi, Amel Hachani, Walid Tritar.

René Trabelsi (Ministre du Tourisme) et Amel Hachani (Directrice Générale de l'ONTT)

Tourisme : gestion à flux tendu

A l’image du stock de pièces de rechange de Tunisair, le tourisme vit sous le régime de la gestion à flux tendu. Pourvu que ça ne casse pas.

La 47e session de la réunion des représentants de l’ONTT, qui s’est tenue au Laico Tunis mercredi 9 janvier, était placée sous le signe d’une double progression, celle des prévisions pour l’été 2019 et celle des réalisations pour l’hiver en cours. C’est le cas pour la quasi-totalité des marchés européens.

Pour l’Allemagne, par exemple, l’année 2018 se clôture avec une augmentation des entrées de 51%. Le booking pour cet hiver progresse de 30%, et pour l’année 2019, la croissance attendue est aussi de 30%.

Des réalisations et des prévisions qui confortent le scénario du Ministre du Tourisme de finir 2019 avec 9 millions d'entrées. Le ministre veut de surcroit atteindre cet objectif avec les produits d'hiver à haute valeur ajoutée. *« Si nous voulons atteindre cet objectif, il nous faut le faire entre novembre et mars »*, a-t-il asséné aux représentants de l'ONTT.

Si la question de la capacité de Tunisair à suivre la croissance du tourisme est revenue souvent dans les débats, celle de la réduction du budget de la promotion du Tourisme a été moins évoquée…

Tant va la cruche à l'eau…

En attendant un hypothétique Open Sky, les ambitions de croissance du tourisme tunisien restent tributaires du développement de la flotte de Tunisair, laquelle ne se fera qu'en 2020 (inchallah). Et puisque la restructuration de la compagnie ne semble plus d'actualité, les cadres de Tunisair continueront en 2019 à faire les contorsionnistes pour « faire plus de vols avec moins d'avions », avec un risque grandissant de pannes, sinon d'un ras le bol de subir les conséquences et les critiques pour des décisions qui leur échappent.

Démentir Gad Elmaleh

Les cadres du Tourisme (et le Ministre à leur tête) n'ont, eux, rien à envier à ceux de Tunisair, puisqu'ils doivent toujours « faire plus avec moins de moyens ». En effet, la prouesse de l'actuelle équipe au ministère du Tourisme ne serait pas de réaliser 9 millions d'entrées, mais de le faire avec un budget de promotion amoindri (49 millions de dinars comme en 2018, avec des prévisions de 1 euro pour 4 dinars*).

Malgré sa croissance, le tourisme s'est, en effet, vu couper les ailes par le gouvernement. Le volontarisme d'un René Trabelsi, qui pense que *« des économies sont toujours possibles dans les budgets tels qu'ils sont »*, suffira-t-il à faire *« décoller le tourisme en 2019 »* comme il l'a déclaré ? Réussira-t-il à démentir la chanson parodique de Gad Elmaleh : *« Petit oiseau, si tu n'as pas d'ailes , tu peux pas voler »* ?…

Lotfi Mansour

** le budget global du ministère du Tourisme diminue quant à lui de 4%.*

Le Ministre du Tourisme René Trabelsi
en compagnie du PDG de Tunisair, Elyes Mnakbi

MICE : le temps de la relance

Après des années de somnolence du MICE, *letourismemagazine.com* a réuni l'ONTT, Tunisair, l'AMVPPC et les professionnels pour examiner les voies de la relance du secteur sur les marchés internationaux.

Réunis le 1er novembre pour une table ronde au Golden Tulip Carthage à l'invitation de *letourismemagazine.com*, les acteurs du MICE en Tunisie ont

débattu des actions à entreprendre en 2019 pour une relance de la destination sur les marchés des incentives et congrès.

Il en est ressorti un projet de feuille de route comprenant notamment :

- une reprise de la participation tunisienne aux salons spécialisés (IMEX Francfort…) selon le principe du partenariat public/privé, avec signature d'une convention entre l'ONTT et les professionnels ;
- l'organisation de workshops et d'éductours avec des acheteurs et agences internationaux, avec l'appui de l'ONTT et de Tunisair ;
- deux projets de conventions entre l'AMVPPC (Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion culturelle) et l'ONTT d'une part, et avec les professionnels (Commission MICE de la FTAV) d'autre part, afin de faciliter la tenue d'évènements MICE sur les sites archéologiques ;
- le renforcement de la communication MICE et le soutien à la candidature de la destination aux congrès internationaux.

Les débats ont permis un échange de points de vue, notamment entre Tunisair et les agences MICE sur la question de Tozeur.

Le représentant de l'AMVPPC a, quant à lui, exprimé la disponibilité de l'AMVPPC vis-à-vis des agences MICE et de l'ONTT pour promouvoir les sites archéologiques et les musées en tant que lieux d'évènements. Il a attiré leur attention sur le potentiel du site de Oudhna.

Le résumé en vidéo :

Les participants :

ONTT : Amel Hachani (Directrice Centrale Marketing) et Amira Zormati (chef de la cellule MICE)

Tunisair : Fayçal Ben Amara (Directeur des ventes)

AMVPPC : Daouda Saw (Directeur des études, de la programmation et de la Coopération Internationale)
et Zied Faiz (Chef de service, direction exploitation)

Agences MICE : Jamel Bel Haj Yahia (Iris Events, Président de la Commission MICE de la FTAV),
Sami Mathlouthi (Terre d'Ailleurs), Arslène Letaïef (Imagine)

Hôtels : Ezzedine Abdelkefi et Emna Bouchoucha (Dar Jeld Hotel & Spa Tunis), Anis Souissi (Le Royal Hotel Hammamet)

Le débat était animé par Lotfi Mansour pour MCM (Tunisia Incentives & Meetings, TunisiaTourism.info et letourismemagazine.com)

Entretien avec Ali Miaoui : un CMR sur la restructuration de Tunisair en octobre

Pour Ali Miaoui, DGA de Tunisair, le salon IFTM Paris a été une occasion de marteler un message : Tunisair recouvre sa santé, ses chiffres depuis 2017 prouvent sa viabilité, et elle n'attend que le financement de son plan de restructuration pour retrouver sa profitabilité d'antan.

Un plan de restructuration, précise-t-il, qui a été récemment approuvé par tous les partenaires de la compagnie et qui fera l'objet d'un Conseil Ministériel Restreint au mois d'octobre.

Le Tourisme

Comment va Tunisair ? Mal… ou mal ?

Ali Miaoui

Tunisair va de mieux en mieux. Nous en sommes à notre 17e mois de croissance consécutif. Nous clôturons 2017 avec 18% d'augmentation du trafic passagers (à 3,5 millions, ndlr) et 29% pour le chiffre d'affaires. Nous améliorons de 3% notre part de marché ainsi que notre coefficient de remplissage, et nous améliorons d'une heure l'utilisation de nos avions.
Je rappelle que pour 2017, nous réalisons un record jamais atteint par Tunisair tant en chiffre d'affaires qu'en nombre de passagers, et que nous nous apprêtons à réaliser de nouveaux records cette année à 3,9 millions de passagers et 1500 millions de dinars de chiffres d'affaires.

Ce n'est pourtant pas la perception que vos clients ont de Tunisair, notamment les Tunisiens…

Evidemment, tous les clignotants ne sont pas au vert. Nous avons des problèmes de retards. Ceci est dû au vieillissement de notre flotte (15,5 ans de moyenne d'âge). Nous n'avons pas pu acquérir de nouveaux avions, ni en 2018 ni en 2017, et nous avons dû affréter des avions avec l'objectif d'améliorer l'utilisation journalière de nos appareils.
Cet objectif a été atteint avec un autre record, jamais atteint par nous, de 10h45 d'utilisation journalière par appareil. Ceci a créé des tensions au niveau de la flotte, notamment au niveau de l'aéroport de Tunis qui souffre de problèmes d'infrastructures. En effet, Tunis-Carthage est conçu pour accueillir 4,5 millions de passagers et on en est à 6 millions aujourd'hui. Ceci dit, nous comptons sur notre plan de renouvellement de la flotte (6 nouveaux avions entre 2019 et 2021 à raison de 2 avions par an) pour résorber les problèmes de retard.

Il y a le gros point noir du handling…

Oui, le problème est qu'un sous-traitant de Tunisair Handling n'a pas pu assurer le service qu'on lui demande, ni en nombre d'employés ni en qualité de prestation. Il a fallu recruter 140 personnes sur le compte de Tunisair

Handling pour désengorger le service cet été. Le système de sous-traitance du handling a montré ses limites et nous l'arrêtons totalement dès 2019.

Sur le marché français, vous figurez dans le Top 10 des compagnies aériennes en termes de croissance. Il en sera de même cette année ?

En 2018, notre croissance sera de 10%, et en 2019 nous comptons sur le renforcement de notre flotte pour répondre à la demande. Le fait est que nos deux nouveaux avions n'arriveront qu'à la fin de l'été 2019. Nous avons pensé qu'il serait plus judicieux, au vu de l'importance du marché français, de repositionner sur la France quelques vols destinés à l'Europe Centrale.

Le retour du tourisme ne semble pas vous avoir convaincu de renforcer votre offre charter…

Ce sont les tour-operators qui ont fui le charter. Aucun TO ne demande d'avions en charter, mais plutôt des blocs de 20 ou 40 sièges. Ce fait donne de l'importance au rôle des consolidateurs, que nous appuyons.

Le trafic charter ne reprendra plus jamais son niveau d'avant pour la simple raison que l'offre des compagnies en régulier s'est bien développée, dans un contexte de développement du package dynamique au détriment de l'ancien modèle du forfait.

N'avez-vous pas l'impression que la croissance actuelle du marché français profite plus à d'autres compagnies, notamment celles du groupe Air France, qu'à Tunisair ?

Notre croissance n'est pas limitée par notre modèle économique. Elle l'est par notre capacité en flotte. Si nous avions des avions en plus, notre croissance serait encore plus importante.

Quelles sont les perspectives de Tunisair pour les prochains mois, malgré sa non restructuration ?

Après un round de réunions et de négociations avec le ministère du Transport et l'UGTT depuis septembre 2017, et maintenant que toutes les parties prenantes l'ont approuvé, le plan de restructuration est maintenant au niveau du Ministère chargé des grandes réformes. Il fera l'objet d'une réunion la

semaine prochaine et d’un Conseil Ministériel Restreint au mois d’octobre.

Quelles sont les grandes lignes de cette restructuration ?

Il y aura une nouvelle stratégie commerciale, avec notamment le développement d’un concept Low Fair (et non Low Cost) au départ de Monastir et Djerba ; les B737 y seront affectés. Il y aura aussi un développement sur Tunis-Carthage exempté d’Open Sky. Comme tout plan de restructuration, ce plan comporte un plan de compression des charges approuvé par l’UGTT, avec notamment le départ de 1200 personnes. Il ne nous manque plus que le financement de ce plan pour indemniser les personnes concernées.

De combien avez-vous besoin pour financer votre plan de restructuration?

Nous avons besoin de 1200 millions de dinars.

Propos recueillis par Lotfi Mansour

La conférence de presse tenue en marge de l’IFTM Paris.

A cette occasion, le DGA de Tunisair n’a pas essayé d’éluder les questions critiques : il a annoncé par exemple que le nombre de réclamations avait atteint 20 000 en 2018, contre 8000 seulement en 2017. Ali Miaoui a invité les clients à faire leurs réclamations par écrit, en précisant qu’il sera possible à partir de janvier 2019 de les déposer directement sur le site web de la compagnie.

Statistiques : la destination va mieux, les hôtels pas encore

Plus d’arrivées qu’en 2010 mais moins de nuitées : le tourisme tunisien va mieux, mais il est toujours convalescent.

Des statistiques à la fin du mois d’août, on retiendra la bonne croissance des arrivées des non résidents : elles enregistrent une hausse de 19,4% par rapport à la même période de 2017, et même de 7% par rapport à 2010. Une croissance soutenue essentiellement par le retour des marchés européens, en hausse de 48,6% par rapport à 2017.

Cette hausse des Européens reste, cependant, insuffisante puisque les entrées

européennes sont encore en recul aussi bien par rapport à 2014 qu'à 2010 (respectivement – 16,6% et – 36,9%). Ceci explique sans doute le retard non encore comblé dans les nuitées (– 32,9% au 30 juin ; les chiffres ultérieurs ne sont pas encore publiés) et la circonspection des hôteliers.

En effet, le poids des Européens dans les nuitées, et donc dans les recettes des hôtels et de la destination, reste prépondérant (voir tableau ci-dessous) malgré sa baisse depuis 2011. Ainsi, avec seulement 24% des arrivées, les Européens représentaient en 2017 plus de 52% des nuitées (contre 82% en 2010) et près de 60% des recettes touristiques du pays (contre 81% en 2010).

Il faut néanmoins se réjouir de la tendance amorcée cette année d'un rééquilibrage du poids de nos principaux marchés (européen, maghrébin et local) et du retour progressif des produits à haute valeur ajoutée (MICE, thalasso…).

Lotfi Mansour

Poids relatif des marchés européen et maghrébin en 2017

	Europe	Maghreb
Arrivées	24,1%	55%
Nuitées	52,2%	15,1%
Recettes	59,9%	33%

(source : d'après chiffres ONTT)

Portugal : comment le tourisme a sauvé l'économie du pays

Et si l’inspiration nous venait d’un pays plus petit que le nôtre ? Un pays qui était au bord de la faillite et qui a dû subir entre 2011 et 2014 un plan d’ajustement structurel, mais donné aujourd’hui en modèle d’une relance économique réussie ? Un pays naguère connu par son tourisme “cheap” et qui bat aujourd’hui des records de croissance des recettes touristiques ?

Plus petit et un peu moins peuplé que la Tunisie (10,5 millions d’habitants pour 92 358 m^2), le Portugal s’est hissé en quelques années au rang de grand du tourisme. En 2017, le tourisme portugais affichait 24 millions de touristes, 57,5 millions de nuitées et des recettes touristiques de 15 milliards d’euros (soit le double de ce qu’elles étaient en 2010*) avec un excédent de la balance des paiements touristiques de 10,9 milliards.

« Cette croissance des recettes touristiques a ainsi largement contribué à la réduction des besoins de financement de l’économie portugaise, en termes de balance courante et de capital… l’investissement dans le tourisme est également plus important au Portugal qu’en France ou en Espagne », concluait un rapport de la Direction du Trésor française (avril 2018).
En effet, en 2017, la part de l’investissement touristique au Portugal était de 10, 2% de l’investissement total (3,6 milliards USD) contre 7,7% pour l’Espagne et 6,9% en France. Le parc hôtelier portugais s’est accru de 37% entre 2011 et 2017 (1945 hôtels au total), et 2018 verra l’ouverture de 60 à 70 nouveaux hôtels.

Récapitulons : à contre-courant de l’avis des experts, le Portugal rejette l’austérité et opte pour une relance de la consommation par une augmentation des salaires, rendue possible grâce à une baisse des cotisations patronales. Et afin de mieux attirer les capitaux étrangers, le pays procède à une réduction de l’IS à 21%, à un assouplissement du code de travail et à la création d’un guichet unique pour créer son entreprise en 24h. Enfin, il soutient l’investissement touristique : appel à projet donnant lieu à des subventions, partenariat entre l’administration du tourisme et les banques permettant l’accès à un financement… Une politique qui, faut-il le rappeler, a été menée par un gouvernement formé en 2015 par une coalition de partis de

gauche, qui avait le souci de baisser un chômage frôlant les 17%. Celui-ci a été ramené à moins de 7%, notamment grâce au tourisme qui fournit désormais plus de 20% des emplois du pays.

Aux dernières nouvelles, le Portugal s'interroge sur la diversification de son tourisme. Mais il maintient le cap de son développement en visant, dans le cadre de la "Estratégia Turismo 2027", le doublement de ses recettes touristiques.

Contrairement à la Tunisie où le tourisme est soumis chaque jour à un "procès en légitimité", le tourisme portugais fait partie intégrante de la stratégie économique du pays. *« Le tourisme nous sert de carte de visite pour attirer des étrangers qui veulent investir ou s'installer dans un pays sûr et stable »*, déclarait en 2017 la Secrétaire d'Etat au Tourisme, Ana Mendes Godinho.
Un argument qui a convaincu beaucoup de professionnels du tourisme de par le monde… y compris des Tunisiens.

Lotfi Mansour

(*) : Ce qui est remarquable, c'est que les recettes touristiques ont augmenté deux fois plus vite que les nuitées suite à une augmentation des dépenses des touristes. Et ce qui est encore plus remarquable, c'est que cette augmentation des dépenses a eu lieu en même temps que l'augmentation des vols low cost.

Tourisme : le Maroc oui, mais avec modération

Erigé par nos commentateurs en modèle à suivre, le tourisme marocain est plus exemplaire par ses investissements que par ses recettes et son nombre de touristes. En 2017, l'investissement touristique au Maroc était 6 fois plus élevé qu'en Tunisie.

A lire la presse tunisienne, on pourrait penser que le tourisme marocain est le nouveau cache-sexe des commentateurs en mal d'idées et de propositions pour le tourisme tunisien. Sans chiffres ni analyses, les "experts" et "économistes" de tous bords se succèdent pour nous dire qu'"il n'y a qu'à" suivre le modèle marocain. Un modèle qu'ils glorifient à travers ses performances en nombre de touristes et en recettes, sans se donner la peine d'en comprendre les vrais leviers.

Modèle marocain : le salut dans l'investissement

Nous sommes, nous aussi, enthousiastes pour le tourisme marocain, mais pour bien d'autres raisons. En effet, en se basant sur les chiffres du World Travel & Tourism Council (WTTC), on constate effectivement que le tourisme marocain a réalisé 4,6 fois plus de recettes que la Tunisie en 2017, et qu'il compte 824 500 emplois directs et 1,9 millions d'emplois au total, contre respectivement 225 000 et 464 000 pour la Tunisie

Mais pour atteindre ces performances, le tourisme marocain a accueilli, pour la seule année 2017, près de 6 fois plus d'investissements que son homologue tunisien, soit 4554,8 millions USD (13,5% du total des investissements du pays) contre 764,6 millions USD en Tunisie (9,7% du total).

La voilà, la vraie différence de performances entre les deux destinations : alors que le Maroc investit dans son tourisme, nous nous amusons à lui couper les ailes et à réduire à néant son attractivité pour les investisseurs.

Pire encore, nous colportons et commanditons des campagnes de dénigrement contre le tourisme sous le prétexte de ne pas céder aux hôteliers

“arnaqueurs”. Eh bien, ces “arnaqueurs”-là semblent beaucoup plus performants que leurs homologues marocains donnés en exemple, puisque chaque dollar investi dans le tourisme tunisien a rapporté 2,37 USD en recettes touristiques, contre seulement 1,8 USD au Maroc (2017).

Côté promotion, le Maroc dépense quelque 60 millions USD par an (objectif Vision 2020 : 140 millions USD environ) pour 5,9 millions de touristes étrangers (notons en effet que 46% des arrivées internationales au Maroc concernent des MRE, Marocains résidents à l’étranger). Ainsi, la dépense en promotion par touriste étranger s’établit au Maroc à plus de 10 USD, alors qu’en Tunisie elle est à moins de 4,5 USD par touriste étranger (moins de 25 millions USD de budget, et 5,7 millions de touristes hors Tunisiens résidents à l’étranger).

Enfin, en Tunisie, la manière dont les recettes du tourisme sont calculées conduit à les minimiser. La Banque centrale tunisienne exclut des recettes touristiques les dépenses des Tunisiens résidents et non résidents, y compris les nuitées hôtelières des Tunisiens (30% du total des nuitées, quelque 300 millions DT par an) et les recettes du tourisme d’affaires, apportées essentiellement par des entreprises implantées en Tunisie (congrès & séminaires, évaluées à 2,7 milliards DT en 2018 par le WTTC). Qu’en-est-il au Maroc où près de la moitié des “touristes” sont des MRE ?

Donc malgré nos prix bas hérités de sept années de gabegie dans le pays, malgré nos budgets de promotion riquiqui, et malgré l’endettement et la difficulté de financement des entreprises, les acteurs du secteur ont su limiter la casse et maintenir à flot le tourisme tunisien.

En cette période d’Aïd El Idha, il est bon de dire que nous devrions “revenir à nos moutons” parmi lesquels l’Open Sky, le redressement de Tunisair, les nouvelles normes hôtelières, l’instauration d’un Compte satellite du tourisme, et surtout la relance de l’investissement dans le secteur.

Les attaques contre le tourisme et ses acteurs ne sont que manœuvres dilatoires.

Lotfi Mansour