

Open Sky : faux arguments et vraie mauvaise foi

Il n'était pas dit que l'Open Sky serait un long fleuve tranquille et il est normal que les déclarations, opinions et états d'âme contre l'Open Sky se multiplient après la validation du projet d'accord. Ce qui l'est moins, c'est la nature des arguments utilisés qui se rejoignent tous dans une volonté de « jeter le bébé avec l'eau du bain ».

Un **article de sputniknews** sur l'Open Sky en Tunisie, basé sur les analyses de deux anciens cadres tunisiens (l'un de l'aviation civile et l'autre de Tunisair), est assez révélateur de la confusion qui règne sur ce sujet.

En résumé, cet article veut nous convaincre « *des dangers de l'Open Sky* » sur la base de deux principes aussi saugrenus l'un que l'autre. Jugez-en.

- Tunisair est si mal en point qu'il ne faut pas la restructurer. En effet, la compagnie nationale ne survit que grâce aux subventions de l'Etat, donc il ne faudrait pas introduire l'Open Sky qui la priverait de cette manne et l'obligerait à se restructurer.

Si on n'était pas convaincu de la nécessité de l'Open Sky, ces arguments devraient nous en convaincre. Car s'il est en effet nécessaire de sauver Tunisair, seul l'Open Sky pourrait nous y obliger puisque la restructuration, décidée depuis 2012, se fait toujours attendre. Notre compagnie nationale, qui a tant donné au pays, ne manque ni de compétences ni d'opportunités de développement pour se maintenir et prospérer à l'instar de la RAM.

- « *L'Open Sky ne combattrait jamais la saisonnalité* », avance-t-on dans cet article, puisque « *ce n'est pas l'avion qui ramène le touriste mais le pays* ». De plus, on semble dire que nous n'avons pas besoin de plus de sièges avion en été puisque nos « *hôtels sont saturés* » et que les low cost ne viendront pas en hiver puisque nous ne sommes pas une destination d'hiver. Enfin, nous explique-t-on, les compagnies low cost « *dont on s'attend à ce qu'elles ramènent des masses de nouveaux*

visiteurs, fonctionnent selon un modèle économique d'industrialisation du tourisme, s'étendant sur les 52 semaines de l'année. "Et quand elles se mettent sur un axe, c'est bien pour assurer un minimum de deux vols par jour avec 80% de coefficient de remplissage" (...) Raison pour laquelle, sans doute, la décision unilatérale tunisienne intervenue au début des années 2000 d'autoriser l'Open Sky sur quelques aéroports tels que Tabarka ou Tozeur n'a en rien produit de l'effet escompté. »

En somme, cette « analyse » se base sur l'axiome que la demande touristique pour un pays est la même avant et après l'Open Sky ; ce dernier ne produirait aucun effet sur cette demande. Cet axiome est contredit par l'expérience marocaine (*voir **notre article***) mais aussi par toutes les données et observations réalisées depuis l'apparition du low cost aérien et que nous résume un rapport réalisé en 2007 pour le compte du ministère français du Tourisme avec la participation de plus de 30 spécialistes de l'aérien et universitaires (*voir extrait ci-dessous*).

Ce rapport souligne que « *la force du low cost aérien consiste sans doute à créer le besoin de voyager chez les consommateurs* » (on parle d'une demande d'induction) et que « *l'élasticité de la demande au prix est traditionnellement forte en matière de transport aérien de tourisme* ».

Il n'est pas dit que les low cost seront moins chères tout le temps (elles peuvent être par moment plus chères que les compagnies traditionnelles), mais il est certain que les prix s'établiront selon le jeu d'une concurrence véritable.

La cause et l'effet

Par ailleurs, quelques précisions s'imposent devant tant d'approximations.

D'abord, l'Open Sky n'implique pas seulement les compagnies low cost mais aussi les compagnies régulières. Ensuite, les aéroports susceptibles d'attirer ces compagnies sont bel et bien Enfidha, Djerba, Monastir et Tunis (exclu de l'accord pour les cinq premières années) qui sont les véritables pôles touristiques du pays. Enfin, il ne faut pas occulter le fait que la Tunisie était devenue avant 2010 une quasi destination d'hiver. Si elle l'est moins maintenant, c'est à cause du manque de liaisons aériennes, notamment sur les plus évidentes destinations d'hiver que sont Djerba et le Sud.

En effet, en 2010, les mois d'hiver (c'est-à-dire octobre, novembre, décembre, janvier et février) totalisent 2,08 millions de touristes sur un total de 6,9 millions. Soit une moyenne de 400 000 touristes par mois contre une moyenne de 688 000 pour les autres mois. Sur ces touristes d'hiver, on comptait près de la moitié d'Européens. Ce n'est que depuis ces six dernières saisons que notre destination a perdu de sa clientèle d'hiver, et notamment les Européens passés à 440 000 pour les cinq mois d'hiver 2016.

Rien que la thalasso tunisienne a perdu quelque 100 000 curistes par rapport à 2010. Cette situation est aussi due à la disparition du charter et notamment chez Tunisair. Pire, la disparition du charter de son trafic est un objectif déclaré de Tunisair. « *Notre objectif est d'arriver à 0% de charter dans notre trafic* », déclarait une ancienne PDG de la compagnie nationale.

Il ne reste aux opposants à l'Open Sky qu'à nous expliquer comment on devrait remplir nos hôtels, nos centres de thalasso et nos terrains de golf sans charter et sans Open Sky. Et surtout, à nous expliquer comment l'Etat tunisien pourrait encore retarder l'avènement d'un accord qui fait partie intégrante de ses relations avec l'Union Européenne et sur lequel il s'est engagé.

Lotfi Mansour

Extraits du rapport « *Le Low Cost : un levier pour le pouvoir d'achat* » réalisé en 2007 pour le compte du ministère français du Tourisme :

Quand le low cost crée la demande...

La force du « low cost » aérien consiste sans doute à créer le besoin de voyager chez les consommateurs. En effet, on peut considérer que chaque ménage dispose d'un budget « loisirs » qu'il affecte à différents postes de dépenses telles que les sorties culturelles (cinéma), le restaurant, l'achat de produits bruns (écran plat, consoles de jeu) mais également escapades et séjours courts. Dans ces conditions, la variable prix constitue un critère décisif de choix, beaucoup plus que la nature du produit même : à la limite,

le ménage choisira entre un week-end à Cracovie et l'achat d'une console de jeux, en fonction du prix.

Nous pouvons noter d'ailleurs que ce comportement des consommateurs rend la demande de « low cost » aérien extrêmement volatile, et ce à double titre :

- *entre destinations touristiques : par exemple, si le prix d'un billet « low cost » pour Cracovie venait à augmenter, les clients potentiels se tourneraient immédiatement vers de nouvelles destinations. Le « low cost » exprime en réalité un besoin latent de voyager, quelle que soit la destination. Paradoxalement, alors que Dublin n'est pas équivalent à Porto pour un homme d'affaires, les deux villes sont implicitement « substituables » pour le touriste du « low cost »...*
 - *au niveau agrégé, la demande de voyages touristiques étant très sensible au prix, une hausse, même faible, du prix peut entraîner de fortes variations des volumes. On peut constater en effet que l'élasticité de la demande au prix est traditionnellement forte en matière de transport aérien de tourisme : elle est toujours supérieure à l'unité. Par exemple, la plupart des études économétriques trouve une élasticité (en valeur absolue) comprise entre 1,3 et 1,7. Cela signifie tout simplement qu'une hausse de 1% du prix du billet pourrait conduire à une baisse de la demande comprise entre 1,3% et 1,7%. Ces statistiques ne portent d'ailleurs pas spécifiquement sur les compagnies « low cost », et on peut raisonnablement supposer que la valeur des élasticités est même supérieure dans le cas des transporteurs à bas coûts.*
-