Athénée Thalasso : Spa Cinq Mondes se relance en Tunisie

Après l’échec d’une première expérience de partenariat en 2009 avec le centre Royal Thalassa Monastir, le pionnier du Spa français Cinq Mondes se relance en Tunisie avec l’Athénée Thalasso Djerba et deux autres centres.

Pour son 20e anniversaire célébré ce week-end, le centre de thalassothérapie Athénée Thalasso (Radisson Blu Palace Djerba), propriété d’UTIC Tourisme, s’est offert un partenariat avec Spa Cinq Mondes lui permettant d’enrichir sa gamme de soins et de produits.

Ce partenariat, annoncé lors d’une conférence de presse samedi 10 novembre au Radisson Blu Palace, permet à Cinq Mondes d’ajouter trois centres tunisiens aux 1000 “Spa partenaires” qu’il fournit déjà avec ses produits dans 35 pays. Ces “Spa partenaires” s’ajoutent aux 15 Spa sous enseigne (4 en propre dont un à Marrakech, et 11 en franchise) où est proposée l’intégralité des soins Cinq Mondes.

De fait, le pionnier français du Spa se relance en Tunisie à travers un accord exclusif de distribution avec une société sœur d’UTIC Tourisme ; il s’agit d’Ulysse Négoce, dirigée par Amel Chaibi et distributrice de grandes marques internationales de cosmétiques. C’est à travers cet accord que les produits Cinq Mondes seront également disponibles au sein des centres Spa des hôtels Mövenpick à Sousse et au Lac de Tunis.

Présent lors de la conférence de presse, le président de Cinq Mondes, Jean-Louis Poiroux, s’est félicité de cet accord qui permet à la marque française d’intégrer *« une des plus grandes destinations de thalassothérapie en Méditerranée »*.

Rzig Oueslati, DG de l’Office National du Thermalisme et de l’Hydrothérapie, ainsi que Zeineb Zouaoui, responsable du Tourisme médical et du Tourisme culturel au sein du ministère du Tourisme, ont profité de l’occasion pour afficher la volonté des deux institutions de relancer la thalassothérapie

tunisienne. Rappelons que le nombre de curistes a décru de 150 000 avant 2011 à moins de 100 000 en 2017 (hors thermalisme).

Hichem Mahouachi, Commissaire du Tourisme à Djerba, a pour sa part souligné l'importance de la thalasso pour la destination Djerba (une vingtaine de centres). Mohamed Jerad, DG de l'hôtel Radisson Blu Palace, a précisé à ce propos que *« un client sur trois de notre hôtel vient pour la thalasso ; une proportion qui double en hiver »*.

Photo du haut : de gauche à droite, Zeineb Zouaoui (ONTT), Rzig Oueslati (Office National du Thermalisme et de l'Hydrothérapie), Jean-Louis Poiroux (Cinq Mondes), Mohamed Jerad (Radisson Blu Palace), Hichem Mahouachi (Commissariat au Tourisme de Djerba)

L'Athénée Thalasso, 20 ans de haut niveau

Le centre Athénée Thalasso est réputé depuis vingt ans pour la qualité de sa thalassothérapie traditionnelle associée à une carte innovante de soins spa (massage Kobido, soins aux dattes ou à la pomme de Djerba, nouveau massage Tuina-Detox…).

Marie-Noëlle Veillet, actuellement DG de l'hôtel et du centre de thalassothérapie Alliance Pornic (France) après avoir dirigé le centre Athénée Thalasso pendant 10 ans, était présente à la conférence de presse. Celle qui fut pendant de longues années la "marraine" de la thalassothérapie tunisienne, veillant au lancement et/ou à l'exploitation de plusieurs centres tunisiens (Bio Azur, Athénée Thalasso, Ulysse Thalasso), a insisté sur l'importance de maintenir dans les centres les soins d'eau de mer et la dimension santé de la thalasso, et de continuer sur la voie de l'instauration de normes. Elle a aussi exprimé son émotion de retrouver ses anciennes équipes de l'Athénée et de l'Ulysse Thalasso : *« Le personnel est extraordinaire. On a l'amour, le bien-être, l'accueil… et les soins les meilleurs que je connaisse »*.

Au micro, Marie-Noëlle Veillet avec à sa droite Kaïs Nabli, directeur du centre Athénée Thalasso

René Trabelsi, nouveau Ministre du Tourisme et de l’Artisanat

La nomination de René Trabelsi à la tête du Ministère du Tourisme met fin à la vacance du poste et à la surenchère de prétendants et des partis politiques depuis le départ de Mme Selma Elloumi à la Présidence de la République. L’arrivée du désormais ex-patron de Royal First Travel met le Ministère à l’abri des tensions et convoitises partisanes, et promet un redémarrage rapide de la machine du Ministère.

Un redémarrage qui reste toutefois conditionné par la constitution de l’équipe du nouveau ministre, étant donné le départ annoncé de l’actuel Directeur de Cabinet, Nabil Bziouech.

La gastronomie, vecteur de promotion

L’Institut Sidi Dhrif a vu aujourd’hui le lancement de la 4ᵉ édition du concours culinaire sélectionnant les chefs tunisiens qui représenteront la Tunisie aux compétitions internationales.

Organisée par l’Association des Maîtres des Saveurs et Gastronomes de Tunisie et l’association internationale des chefs WACS, cette édition était renforcée par le soutien du Ministère du Tourisme, de la Fédération Tunisienne des Restaurants Touristiques (FTRT), des fédérations des professionnels du tourisme FTH et FTAV ainsi que de Tunisair.

Inaugurant le concours, Nabil Bziouech, Directeur de cabinet de la Ministre du Tourisme et de l’Artisanat, a insisté sur l’importance qu’accorde désormais le ministère à la gastronomie comme élément important de l’attractivité de la destination. De son côté, le Directeur exécutif de la FTRT, Mohamed Houas, a annoncé l’organisation au début de l’année prochaine d’un nouvel événement gastronomique international à Tunis.

FTH : Fédération Tunisienne de l’Hilarité ?

L’information est passée presque inaperçue : une photo et une légende dans la page Facebook de la Présidence du Gouvernement pour dire que le Chef du Gouvernement a reçu mardi dernier une délégation de la FTH conduite par son président Khaled Fakhfakh. Mais sur la photo, point de Fakhfakh ni de Ministre du Tourisme (bizarrement absente de cette réunion).

Un communiqué de la FTH aurait pu éclairer notre lanterne sur le contenu de cette réunion, mais point de communiqué à ce jour, ni de post sur les réseaux sociaux. Circulez, il n’y a rien à voir !

Il ne nous reste plus qu'à jouer aux devinettes face à une photo mettant en avant des personnes dont le large sourire confine à l'hilarité. Mais de quoi rigole-t-on ? Ou faut-il se demander : de qui se moque-t-on ?

Lotfi Mansour

DER Touristik n'est pas à vendre

La direction de la communication du groupe REWE vient de publier un démenti à un article de l'Echo Touristique publié le 1er du mois. Selon cet article, le fonds d'investissement Carteras, actionnaire de Marietton, négocierait le rachat de DER Touristik.

Le communiqué du groupe allemand précise que *« la rumeur s'est répandue en France via l'Echo Touristique que DER Touristik, la branche tourisme et voyages du groupe REWE, serait en voie d'être vendu au fonds d'investissement américain Certares. Cette rumeur est fausse. Le groupe REWE n'a aucun plan pour vendre DER Touristik »*. Dont acte.

Nominations

Lotfi Mosbahi et Mohamed Ali Annabi rejoignent respectivement les hôtels Anantara Resort & Spa (Tozeur) et Avani (Les Berges du Lac).

Lotfi Mosbahi (ex-DG des hôtels La Cigale et The Pearl) est nommé à la tête du futur palace de Tozeur, Anantara Resort & Spa, qui ouvrira au 2e trimestre 2019 (*à gauche sur la photo*).

Mohamed Ali Annabi (ex-Radisson et The Pearl) est nommé Directeur Sales &

Marketing de l’hôtel Avani Les Berges du Lac (41 suites) dont l’ouverture est prévue au début de l’année 2019.

Anantara et Avani font partie des enseignes du groupe thaïlandais Minor international Plc (MINT) qui compte 549 hôtels et 2130 restaurants. William E. Heinecke est le fondateur et président du groupe MINT qui vient fêter son 50e anniversaire *(photo ci-dessous)*.

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.