La Côte d’Ivoire relance son tourisme

Quelle approche adopter pour relancer le tourisme après son effondrement ? Une question à laquelle la Côte d’Ivoire semble répondre : « slowly but surely ».

Photo : Roger Kacou, ministre du Tourisme de la Côte d’Ivoire (à g.), en compagnie de Santiero Jean-Marie Somet, ministre Plénipotentiaire et directeur général de l’Office du tourisme ivoirien

Le stand de la Côte d’Ivoire à l’IFTM-Top Resa

« Je connais bien votre beau pays, j’y ai ouvert deux hôtels Mövenpick… » C’est ainsi que le ministre ivoirien du Tourisme, Roger Kacou, entame notre entrevue avec lui sur le stand de la Côte d’Ivoire à l’IFTM-Top Resa. C’est donc une longue expérience de l’hôtellerie et du tourisme (les chaînes hôtelières Intercontinental et Mövenpick, l’African Travel Association…) qu’apporte M. Kacou au tourisme ivoirien.

Le tourisme de Côte d’Ivoire a amorcé sa reprise ces dernières années, et affiche l’ambition d’atteindre les 2 millions de touristes internationaux,

contre 1,5 million actuellement. Pour y parvenir, Roger Kacou insiste sur une démarche par étapes. *« Après les turbulences vécues par le pays, il nous fallait une refonte du code du tourisme et de celui des investissements ainsi qu'une réhabilitation des sites touristiques avant de penser à la promotion, que nous entamons actuellement »*, explique-t-il. Ne pas mettre la charrue avant les bœufs semble le souci des autorités ivoiriennes ; une démarche qui débouche, par exemple, sur la réorganisation des réceptifs, la création de zones foncières touristiques et l'instauration du e-visa.

Du coup, le tourisme est porté par la dynamique générale du pays, qui réalise une croissance économique de 9% par an et devient une vraie destination d'affaires pour les investisseurs africains et internationaux. L'ambition de la Côte d'Ivoire est de faire passer le tourisme, à l'horizon 2020, à 7% du PIB contre seulement 4,8% actuellement.

Pour y parvenir, le pays mise sur un tourisme de niches comme le tourisme culturel, l'agrotourisme (la Côte d'Ivoire est le premier exportateur mondial de cacao et de noix de cajou), le tourisme religieux (basilique de Yamoussoukro) et le tourisme sportif.

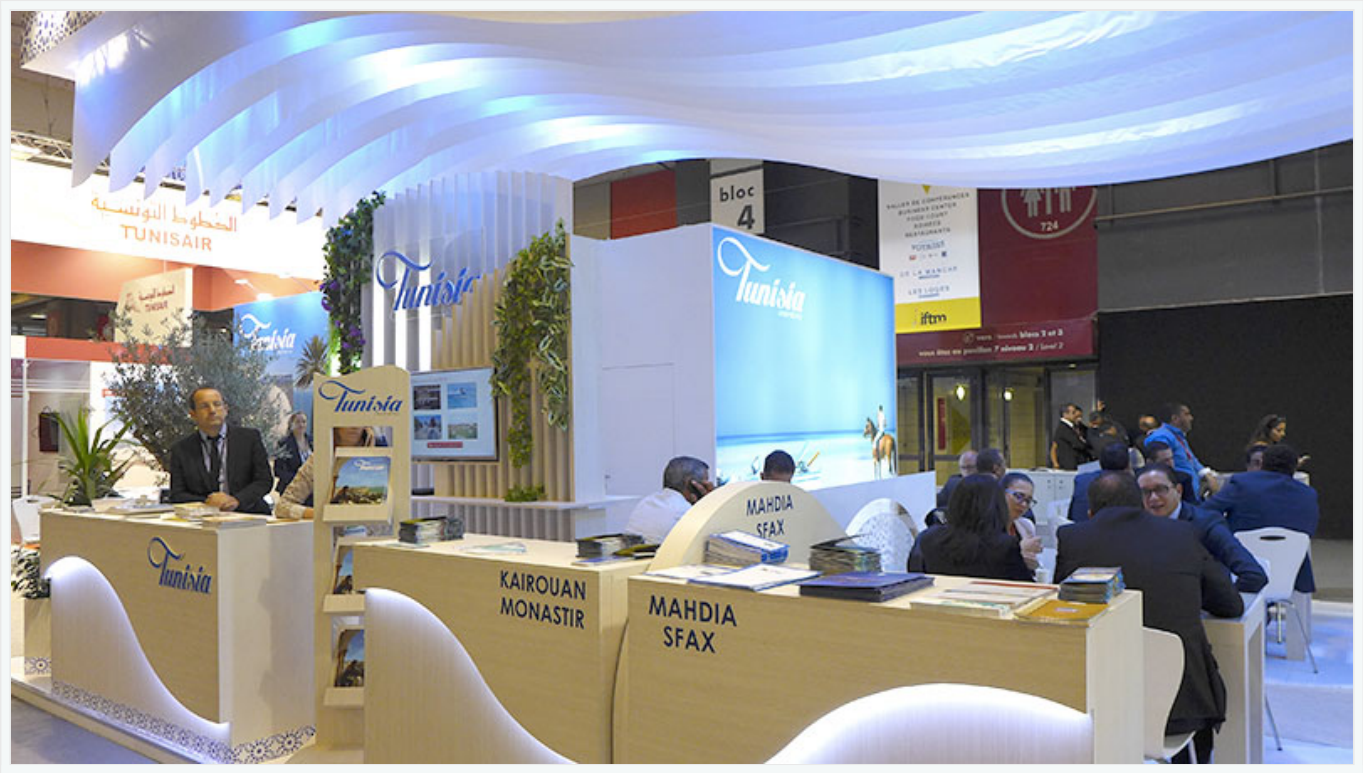
Et pour mieux faire connaître la variété de son offre touristique, la Côte d'Ivoire accueille depuis cinq ans ses partenaires et professionnels au Salon International du Tourisme d'Abidjan (SITA), dont la 6e édition se tiendra au mois d'avril prochain.

LM

Roger Kacou, ministre du Tourisme de la Côte d’Ivoire

Un Top Resa pas au top

Le salon IFTM-Top Resa qui vient de se tenir à Paris (19 au 21 septembre) confirme que l’hiver sera rude pour notre destination.



L’attentisme des tour-operators français par rapport à la destination Tunisie se voyait sur le stand tunisien, où ils brillaient par leur absence. L’attentisme se lit aussi dans les chiffres puisque, selon l’ONTT Paris, aucun siège charter n’a été programmé pour l’hiver 2016-2017, contre 13 212 sièges l’hiver dernier. On comptera donc sur les vols réguliers et les options de blocs-sièges pris par les TO qui sont en légère hausse, passant de 563 337 sièges l’hiver dernier à 567 280 sièges cet hiver.

La traduction de ces chiffres, dans l’esprit de certains professionnels tunisiens présents, est la nécessité pour la destination de s’engager sur le “package dynamique”. C’est ainsi que plusieurs projets d’OTA ou de centrale de réservation sont actuellement en discussion pour un lancement prochain.

Tunisair : bonnet d’âne

Du côté de Tunisair, on a choisi de continuer à entretenir le flou en diffusant sur le salon une plaquette dans laquelle on peut lire : « *Le charter représente un quart de notre activité aérienne, nous desservons plusieurs villes Tunisienne* [sic] *et Française* [re-sic] ». Au-delà des fautes

d’orthographe (quatre en une seule phrase), cette annonce est en contradiction flagrante avec la stratégie annoncée et avec les chiffres de Tunisair et du marché ; à moins que notre compagnie ne confonde désormais charter et blocs-sièges sur vol régulier.

Pour un retour des chaînes espagnoles

La ministre du Tourisme et de l’Artisanat, Mme Selma Elloumi, à la tête d’une délégation dont des professionnels, vient d’effectuer une tournée auprès des dirigeants des grandes chaînes hôtelières espagnoles. Des chaînes implantées depuis longtemps en Tunisie, mais dont le développement ou la présence dans le pays a connu un coup d’arrêt ces dernières années.

En effet, hormis Melia Hoteles, dont le départ remonte à 2006, et Vincci Hoteles, qui vient de confirmer son maintien en Tunisie par la signature de deux contrats de gestion pour compte, les chaînes Riu et Iberostar avaient opté jusque-là pour un attentisme passif consistant à ne pas renouveler les contrats arrivés à terme. Cette visite de Mme Elloumi aurait servi à dissiper certains malentendus sur la situation réelle de la destination, et à montrer l’intérêt que continue à porter la Tunisie à sa coopération avec les entreprises espagnoles.

La visite a été aussi l’occasion pour Mme Elloumi de s’entretenir avec son homologue espagnol, le secrétaire générale de l’OMT, ainsi qu’avec la presse ibérique.

Photo en haut : Selma Elloumi avec Carlos Calero, CEO et DG de Vincci Hoteles

Avec le staff Sol Melia (Gabriel Escarer et Maria Zarratuqui)

Avec le staff d’Ibersostar (à la droite de la Ministre, Aurelio Vazquez Villa, CEO)

Avec Carmen Riu (chaîne Riu)

Avec le staff de Vincci Hoteles

Avec le staff de l’OMT

La grève évitée, et après ?

La signature d’un accord a permis d’éviter la grève générale. Mais les hôteliers ne sont pas pour autant “sortis de l’auberge”, et la saison 2017 s’annonce bien compliquée.

La FTH et l’UGTT ont finalement su faire parler la raison et se sont entendus *(photo)* pour que les augmentations de salaires ne concernent pas 2015, mais 2016. Des augmentations payables à partir du mois courant, avec un échelonnement sur 2017 des montants dus pour les 8 premiers mois de l’année, selon les moyens des sociétés hôtelières.

La catastrophe d’une grève générale *(lire **notre article**)* est évitée, mais les hôtels ne sont pas pour ainsi dire “sortis de l’auberge”, car l’année 2017 s’annonce des plus difficiles. En effet, malgré l’amélioration sécuritaire, la Tunisie semble impuissante devant les problèmes de la saleté et de l’incivilité des Tunisiens *(lire sur lepoint.fr* **« Tunisie : quand les routes s’apparentent à un ring »***)*. La fusion des ministères des Affaires locales et de l’Environnement ne semble, pour l’instant, déboucher que sur des palabres. Le report *sine die* des élections municipales entretient le doute sur notre volonté de quitter le terrain de la politique politicienne pour celui de la résolution effective des problèmes du pays.

La déclaration récente de l’ambassadeur d’Allemagne, conditionnant l’arrivée de touristes allemand à la propreté du pays, la défection des TO français pour l’hiver 2017 et le risque de rechute du marché russe sont parmi les nuages noirs qui s’amoncellent dans le ciel déjà gris du tourisme tunisien.

Open Sky ou pas, notre destination est acculée à proposer à ses partenaires autre chose que des discours ; un avis que semble partager le président de la FTH, Radhouane Ben Salah, puisqu’il annonce *« des décisions concrètes dans les prochaines semaines »*. Espérons.

LM

La Tunisie semble impuissante devant les problèmes de la saleté et de l’incivilité des Tunisiens…

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 XXIe 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 :