

Une maison inachevée

L'immeuble censé réunir les deux fédérations professionnelles, conçu gratuitement par l'architecte Wassim Ben Mahmoud, comprend cinq étages, dont deux initialement destinés à être loués à l'ONTT ; actuellement, celui-ci paierait 4 millions de dinars annuels en loyers.

L'arrêt du chantier de la "Maison du Tourisme" alimenterait les tensions actuelles entre le ministère du Tourisme et les fédérations professionnelles. En effet, l'histoire de ce projet est celle d'une promesse de subvention faite par l'ancien président Ben Ali, et que l'actuel gouvernement ne semble pas pressé d'honorer.

Tout commence en 2009 avec la mise à la disposition de la FTH du terrain situé au Centre Urbain Nord. L'installation dans cette zone où se trouvent des banques et d'autres entreprises connues a valorisé le terrain, et a suscité, semble-t-il, la convoitise de gens proches du pouvoir.

A l'époque, pour couper court à ces convoitises, le président de la FTH décide de « rendre le projet irréversible » en commençant sa réalisation sur la base d'un financement où les fonds propres représentaient 40% du total. Voyant qu'au même moment, l'UTICA et d'autres organismes ont bénéficié de subventions de l'Etat pour construire leur nouveau siège, la FTH en fait la demande au même titre que les autres organisations patronales. C'est ainsi que Mohamed Belajouza, président de la FTH, fut reçu par l'ancien chef de l'Etat en présence du Premier Ministre et de son ministre du Tourisme. Et c'est lors de cette réunion que le chef de l'Etat avait donné ses instructions pour octroyer une subvention de 2 millions de dinars à la FTH, en complément des fonds propres apportés.

Plus que ça : le chef de l'Etat avait donné des instructions pour rendre la FTH propriétaire du terrain afin de faciliter l'obtention des crédits bancaires complétant le financement.

Devant de tels engagements de la part du Président de la République, M. Belajouza déclare avoir « pris pour acquis l'octroi de la subvention ». Et c'est ainsi que l'ancien siège de la FTH fut vendu et, en association avec la FTAV, la somme de 1,2 millions de dinars a pu être rassemblée pour débiter les travaux. Des travaux qui se sont arrêtés net avec la Révolution. Depuis, la FTH est restée sans nouvelles concernant la fameuse subvention. Pire, la Fédération s'est vu retirer les versements des cotisations patronales dont elle commençait à bénéficier avant la Révolution.

La continuité de l'Etat ne semble donc pas valable pour les fédérations du Tourisme.

IFTM Paris

Le salon IFTM, tenu à Paris du 18 au 21 septembre, a reçu 28 788 professionnels du tourisme (+ 3,7% par rapport à la précédente édition). Il s'annonçait pour la Tunisie comme le point de départ de la reconquête du marché français et a fini par tourner court. Dans les couloirs du salon et devant le magnifique stand tunisien, il était plus question de politique que de business. Les nombreux professionnels tunisiens présents ont dû faire face au scepticisme de leurs interlocuteurs qui n'étaient pas nombreux à confirmer leurs rendez-vous. La prochaine édition se tiendra du 24 au 27 septembre 2013.



IFTM Top Best Paris
18-21 sept. 2012
Porte de Versailles - Hall 7.2

Horaires
Lundi au jeudi : 9h30 - 18h
Vendredi : 9h30 - 16h30

Une question ? La IFTM Top Best Mondial Assistance vous répond 24 h/24 au 0 969 350 490 (coût d'un appel local)
du 17 septembre au 21 septembre

Nouveau ! Téléchargez l'appli IFTM...
pour vous orienter sur le salon et optimiser votre visite !
Flasher ce code pour y accéder directement.

EXPOSANT

EXPOSANT

HANNIBAL TOURS

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

VILLE TRAVÉE

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

HOTELS

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

EXPOSANT

MIRAMAR HOTELS

EXPOSANT

HOTELS

EXPOSANT

TUNISIE OT

EXPOSANT

*Les trois compagnies aériennes tunisiennes ont répondu présent.
Tunisair était représentée par le staff de Paris auquel se sont joints le PDG
Rabeh Jrad ainsi que
la directrice de la communication Soulefa Mkaïdem.*

*De nombreux professionnels tunisiens ont préféré annuler leur déplacement à
Paris suite à l'attaque de l'ambassade américaine, comme en témoigne la
quarantaine de badges non réclamés.*

Et pourtant elle tourne !

Malgré l'inconsistance d'une assemblée prétendument nationale, et l'incompétence d'un gouvernement dont la seule constante a été de ménager ceux qui ne cessent de menacer la stabilité du pays et la sécurité de ses habitants ; malgré l'envahissement de nos villes par les ordures, et de nos médias par les débats débilés d'un autre âge ; malgré notre déprime entretenue par les déclarations d'un Rached Ghannouchi ou d'un Abou Yaareb El Marzouki ; malgré notre crise économique et celle sévissant sur nos marchés émetteurs ; malgré l'inflation monétaire, et celle des nominations de gens d'Ennahda dans l'appareil de l'Etat et l'administration ; malgré les reniements par Ennahda de ses engagements d'avant le 23 octobre 2011 pour la sauvegarde du « mode de vie tunisien », et de ceux d'après cette date pour des élections dont on ne sait plus si elles auront lieu un jour ; malgré tout cela et bien plus encore, le tourisme tunisien résiste. Mieux encore : il sort de cette année trouble renforcé par une légitimité populaire qu'il n'a jamais eue auprès des Tunisiens. Comme le démontrait **notre sondage du mois de mars** (1), le Tunisien tient à son tourisme, et il l'a démontré en veillant, dans les rues ou dans les hôtels, au bon déroulement des vacances de ses hôtes.

Bien entendu, des incidents récents tendraient à montrer le contraire. Mais à y voir de plus près, notre ami français agressé à Bizerte par des fanatiques a été en fait victime de ses origines tunisiennes. Dans leur "tastika bakri", leur débilité crasse, ces "fascistes verts" (2) ont cru "corriger" un Tunisien, car terroriser les Tunisiens est leur seul objectif et leur seule mission dans cette période préélectorale. Les millions de touristes qui ont

choisi cet été la Tunisie pour passer leurs vacances ont bien compris cela. Le fait qu'ils soient venus malgré la surmédiatisation des faits d'armes des extrémistes était l'autre bonne nouvelle pour notre tourisme, qui n'est pas aussi fragile qu'on a voulu nous le faire croire pendant des années. Les candidats au bronzage ne sont pas « idiots » ; ils sont au contraire bien plus perspicaces qu'on le dit.

(1) Le Tourisme n°3, mars 2012.

(2) pour reprendre l'expression de Laurent Joffrin dans son éditorial du 24/08 sur nouvelobs.com.

Communication de crise : les erreurs du passé, les errements du présent

Après l'affaire de la Ghriba en avril 2002, la réaction du gouvernement d'alors a été de dire qu'il ne s'était rien passé, qu'il n'y avait pas eu d'attentat mais « un accident avec une bombonne de gaz ». En terme de communication, on appelle cela une stratégie de la négation dans laquelle l'accusé cherche à s'autoamnistier. Une stratégie qui peut se révéler désastreuse si les faits – réels ou tels qu'ils sont repris par les médias – la mettent en doute ou carrément la contredisent. Pour nous, cette “stratégie” qui se voulait l'expression d'une grande habilité politique a été perçue, notamment par les Allemands, comme un mensonge d'Etat, et il s'est ensuivi une chute ininterrompue de la destination pendant dix ans. Nos frères marocains, mieux conseillés que nous, ont préféré à chaque fois réagir vite en parlant d'attentat et en rendant un vibrant hommage aux personnes touchées ; par là-même, ils se désignaient comme victimes, tout en affirmant déployer tous les moyens pour punir les coupables. Le Maroc applique à la lettre les préceptes de la communication de crise, où il est admis que l'objectif de réhabiliter l'image d'une destination est d'autant plus facile à atteindre si la responsabilité du pays ou de son gouvernement n'est pas engagée, et s'il peut se présenter en victime ayant agi en toute responsabilité. Cette stratégie, loin d'entamer le crédit du Royaume, lui a au contraire attiré la sympathie des décideurs et des touristes européens.

On en arrive à notre communication actuelle. Fidèle à la ligne politique d'Ennahda de minimiser le « risque salafiste », notre ministre du Tourisme ne pouvait condamner franchement les djihadistes violents et les désigner comme l'ennemi commun de la majorité écrasante des Tunisiens. Prisonnier de cette ligne politique et de son corollaire, qui consiste à « dénoncer les extrémismes et les provocations de gauche et de droite », il ne pouvait non plus se solidariser avec les vrais victimes de ces groupuscules que sont les femmes, les gérants de débits de boissons, les artistes ou même les forces de l'ordre. Il ne pouvait donc déployer la stratégie marocaine de victimisation. Il a choisi par conséquent la troisième voie possible, la stratégie dite de « l'amalgame » qui consiste à dire : « il n' y a pas que chez nous que ça existe ». Devant les journalistes français rencontrés début juin suite aux événement de Jendouba, il y est allé de son couplet favori : « Il y a plus de salafistes en France qu'en Tunisie », déclarait-t-il. On connaît la suite ; une semaine à peine après le périple français de M. Fakhfekh, les images de guérilla urbaine diffusées dans les médias européens sont venues démentir ces propos qui se voulaient rassurants. A-t-il pour autant retenu la leçon ? Que nenni. En plein couvre-feu, Monsieur le Ministre, n'écoutant que son courage, est allé dénoncer sur Nessma TV les Marocains qui « ont eu une bombe à Marrakech ! » L'amalgame, encore et toujours...

Tunisair : vous avez dit fictif ?

On savait déjà que Tunisair est le mouton à cinq pattes auquel on demande à la fois d'être rentable et de soutenir le tourisme même pour les destinations déficitaires ; de soutenir le social en finançant à tout va les clubs sportifs et les associations ; et de soutenir le clientélisme du pouvoir en embauchant les pistonnés de tout poil. De tous temps, Tunisair est cette entreprise à laquelle on peut même demander de soutenir les compagnies concurrentes lancées par des proches du pouvoir. De tous temps aussi, Tunisair est un champion national auquel on demande de livrer combat pieds et poings liés.

Dans l'affaire de l'emploi fictif, on a continué sur la même lancée : on jette en prison d'anciens pdg et des cadres en exercice, tout en interdisant à la compagnie d'exprimer ne serait-ce qu'un avis (يُضربو ويحرم عليه البكاء). Son actuel pdg, dont le boulot est justement de veiller aux intérêts et à la réputation de son entreprise, se réfugie dans un mutisme assourdissant : pas le moindre petit communiqué, pas la moindre déclaration. Bien plus, la directrice de la communication est mise en congé d'office : circulez, il n' y

a rien à voir et rien à dire.

Drôle de révolution qui nous voit bafouer les droits des entreprises à défendre leur réputation, et celui des salariés à exprimer leur douleur ou leur solidarité. En fait, depuis la révolution, on s'évertue à tailler à Tunisair un nouvel habit, celui du bouc émissaire idéal. Cela a commencé avec les déclarations incendiaires du ministre du Transport sur la corruption au sein de la compagnie ; ça continue aujourd'hui avec les mandats de dépôt. Tout cela pour un secret de polichinelle : des emplois fictifs de proches de Ben Ali effectués au vu et au su de tout le monde, y compris des magistrats, y compris des ministres, y compris des journalistes.

Personne ne s'est posé la question de savoir si un salarié était en position de refuser les ordres de son principal actionnaire, l'Etat, représenté par le chef de l'Etat en personne. Mais, encore une fois, on demande à Tunisair de racheter la lâcheté de tous, et de servir de marchepied aux ambitions des uns et aux visées politiciennes des autres.

On aimerait que tous ceux qui appellent depuis un an et demi à abattre Tunisair nous expliquent par quoi et par qui ils vont la remplacer. Par quelle magie cette entreprise, qui emploie désormais quelque 8000 personnes, ne trouve-t-elle pas une voix pour lui plaider les circonstances atténuantes ? pas même la voix de son pdg, dont c'est pourtant le devoir ? En effet, à quoi rime le mutisme de l'actuel pdg et son absence totale de réaction face à toutes les polémiques que traverse son entreprise ?

Dans la crise de Tunisair avec Syphax Airlines, le pdg de celle-ci s'est mué, à raison, en porte-parole et porte-drapeau de sa compagnie ; il n'a trouvé face à lui qu'un syndicat de pilotes ou un groupe du personnel. Mutisme aussi face à l'accusation de mauvaise gestion concernant l'avion de Tunisair laissé à la disposition de la présidence de la République. L'accusation de « dilapidation de biens publics » portée contre les anciens pdg et des cadres de Tunisair ne serait-elle pas tout autant valable contre ceux qui, aujourd'hui, n'éprouvent aucun besoin à éclairer le public sur des dépenses mille fois supérieures à celles de l'emploi fictif incriminé ? Ne serait-elle pas valable contre ceux qui dilapident le bien le plus précieux de cette entreprise, à savoir sa réputation ? Et pourquoi n'entendrions-nous pas le pdg de Tunisair déclarer, à l'instar de celui de la RAM, Driss El Hima : « C'est l'Etat qui nous oblige, pour des raisons politiques, à créer des lignes aériennes déficitaires » ?

La vérité est que le poste de pdg de Tunisair était depuis belle lurette un poste politique ; depuis quelque temps, ce poste est devenu quasiment un emploi fictif.

C comme crédibilité

Tous les professionnels du tourisme au monde savent que c'est un secteur où il faut avoir le cœur bien accroché pour survivre aux multiples soubresauts et aux crises du marché. Nos professionnels à nous doivent en plus apprendre à supporter le cynisme de leur propre gouvernement. En effet, à peine la situation a-t-elle commencé à se normaliser, et les partenaires étrangers à être quelque peu tranquilisés ; à peine l'opinion internationale a-t-elle commencé à oublier les images du dernier show, à Kairouan, de ceux qu'on appelle des salafistes ; à peine les milliards investis par le contribuable dans la promotion touristique ont-ils commencé à porter leurs fruits, laissant apparaître une lueur d'espoir pour un sauvetage de la saison, que nous voilà retombés encore plus bas qu'il y a six mois.

Aujourd'hui, nous n'avons plus droit seulement à des entrefilets dans quelques journaux généralistes ; nous nous sommes hissés à la une des journaux spécialisés dans le tourisme (Travel Weekly, Tour Hebdo...).

Après cela, il ne nous restait plus qu'à attendre la réaction de notre gouvernement. Elle est venue par la voix de son chef lors d'un entretien télévisé le 30 mai. Que dit monsieur Hamadi Jebali ? Il s'adresse concomitamment aux syndicalistes, aux malfrats et aux salafistes, et leur dit : « Il ne faut pas prendre notre gentillesse pour de la faiblesse, nous allons sévir ». Que monsieur le chef du gouvernement nous permette de douter de son sens du discernement et de sa capacité de décision.

D'abord, faire l'amalgame entre les syndicalistes exerçant le mandat pour lequel ils ont été élus et, sur le même plan, « les soûlards au bord des routes » et les bandes violentes qui s'attaquent même aux postes de police, c'est inacceptable, surtout de la part de celui dont le travail est de faire respecter la loi et de protéger les biens et les personnes. Cet amalgame est d'autant plus regrettable qu'il nous dévoile encore une fois l'emprise de l'idéologie typique d'un parti conservateur sur les déclarations du chef du gouvernement ; à propos des syndicats, monsieur Jebali a implicitement mis en doute leur utilité en affirmant que les salariés avaient le gouvernement pour les défendre.

Ensuite et surtout, pourquoi monsieur Jebali serait-il plus crédible dans ses promesses d'appliquer la loi aujourd'hui qu'il ne l'a été hier ? Lors de sa rencontre avec les professionnels du tourisme en novembre 2011, à notre

question concernant l'attitude qu'il aurait face aux salafistes, il nous a répondu que tout le monde devait respecter « l'esprit républicain » (en français dans sa réponse) ; faute de quoi, assénait-il, la loi serait appliquée.

Depuis, les atteintes à l'esprit républicain n'ont cessé de se multiplier sans que le gouvernement de monsieur Jebali réagisse. Depuis, il y a eu mille et une voix pour alerter sur l'escalade de violence de la part des salafistes, sans recevoir d'autre réponse que les sarcasmes de Zitoun et consorts. D'ailleurs, notre chef de gouvernement ne doit pas ignorer que le slogan scandé dans les réunions desdits salafistes est « Ni loi, ni constitution, seules comptent les paroles de Dieu et de son Prophète » ; comme si la parole de Dieu était contraire à l'ordre et au respect de la loi. Depuis novembre 2011, qu'est-ce qui a changé, sinon qu'un chef salafiste a pu défier nommément le chef du gouvernement dans un prêche ?

Non, monsieur le chef du gouvernement, vous n'êtes pas plus crédible aujourd'hui qu'hier. Pour citer Sénèque, « ce que vous êtes parle si fort que je n'entends pas ce que vous dites »... même si vos paroles sont parfois belles à entendre et vos sourires agréables à voir.

Le discours et la méthode

En quelques mois d'exercice de l'actuel ministre du Tourisme, on sait déjà à quoi s'en tenir : le discours et la méthode sont ceux d'un ministre de Ben Ali, la modestie et la transparence en moins.

Les entrées, encore et toujours

La priorité que donne le Ministre, dans ses déclarations et interviews répétées, aux chiffres des entrées est bien celle de la politique suivie depuis vingt ans. Elle a empêché qu'on s'attaque au problème essentiel du tourisme tunisien qui reste la faiblesse de ses recettes par touriste. Comme nous l'expliquons dans notre dossier sur « la feuille de route » (voir pages 9 à 20), M. Fakhfakh fait même mieux que tous ses prédécesseurs puisqu'il invente un taux de "limitation de la baisse" : « la baisse est en baisse », pourrait-il claironner.

De même, en élaborant la Feuille de route du Tourisme, le Ministre a pris

bien soin de passer sous silence (du moins dans les nombreuses interviews qu'il a accordées à ce sujet) l'objectif du « doublement des dépenses moyennes par touriste » inscrit dans la "Stratégie 2016" élaborée en 2010 ; aucune mesure valable n'a été annoncée pour sa réalisation. Plus grave encore, il a laissé de côté la réforme de l'ONTT, qui est un préalable à la réussite de cette stratégie. Parmi les points de cette réforme, inscrit dans l'ancienne version de la Stratégie 2016, on trouve justement la recommandation « d'intégrer des notions économiques en plus des statistiques suivies aujourd'hui ». Ces « notions économiques » sont pourtant sans appel : malgré l'augmentation de nos entrées, la multiplication de nos hôtels et de nos agences de voyages, notre part de marché en termes de recettes n'a cessé de baisser. Plus grave encore, la contribution du tourisme à la croissance économique du pays, qui s'élevait à 1,5% en moyenne dans les années 80, est devenue nulle en 2009, et elle a été négative en 2011 (cf rapport annuel de la BCT).

La question, dans ces conditions, est de savoir à quoi sert une stratégie qui ne s'attaque pas à l'essentiel, c'est-à-dire la rentabilité du secteur et son rôle dans le développement économique du pays.

Main mise sur l'information

Cette manie des chiffres des entrées s'accompagne aussi d'une opacité totale dans la gestion du ministère. Tout passe par le Ministre qui est devenu, en l'espace de quelques semaines, le seul porte-parole du ministère et du secteur. C'est ainsi que l'avalanche d'interviews d'Elyes Fakhfakh s'accompagne d'une absence totale d'information sur la gestion du budget de promotion, et de l'exclusion de la presse des réunions de débats avec les professionnels. Aidé par le mutisme des fédérations professionnelles qui sont plus promptes à lancer des coups de gueule qu'à présenter des dossiers, le Ministre devient la seule et unique source d'information des journalistes, qui n'ont ainsi plus de recoupement à faire.

Immodestie

Pressé de s'imposer et sans doute excédé par les demandes multiples de certains professionnels, Elyes Fakhfakh a cru bon de leur adresser un sermon en leur demandant de « renoncer à l'esprit d'assistanat et d'être proactifs ». Et le Ministre d'illustrer son propos par l'exemple d'un « tour opérateur dirigé par un Tunisien qui travaille sur la Tunisie, et qui s'est montré très proactif » en organisant tout seul un dîner pour 400 personnes, dont des notables locaux.

En fait, cet événement, organisé par Voyamar, à Lyon, a connu un seul couac : le Ministre, invité de marque, s’y est présenté avec deux heures de retard. Les mauvaises langues disent même qu’il était accompagné de deux personnes étrangères au secteur et ne figurant donc pas sur la liste des invités. Au temps de Ben Ali, on savait par expérience que les nombreux invités mystère aux dîners de l’ONTT appartenaient au RCD local ; mais là, personne n’a pu savoir.

Quoi qu’il en soit, la question qu’aurait pu se poser notre ministre à propos du dîner de Voyamar est la suivante : pourquoi la Tunisie reste-t-elle une destination rentable pour les T0 – au point qu’ils soient aussi « proactifs » – et ne l’est-elle pas pour ses propres entreprises du tourisme ?

Feuille de route : il faut rectifier le tir

La nouvelle Feuille de route du tourisme tunisien, promise par le ministère, s’avère une copie remise au goût du jour de la “Stratégie 2016” élaborée avant le 14 Janvier. Une actualisation qui laisse de côté l’essentiel, à savoir l’amélioration de la compétitivité du secteur et la restructuration de l’ONTT. Afin de permettre le débat le plus large possible autour de cette Feuille de route, nous en publions la version encore “provisoire” (voir **notre document**) assortie de nos commentaires.

En apparence pleine de mesures nouvelles et d’actions immédiates appelées “Quick wins” (gains rapides), la Feuille de route sert surtout, en réalité, à faire gagner un peu de temps à l’administration. Ce document contient des mesures certes utiles pour la plupart. Certaines ont déjà connu un début d’exécution depuis 2010, mais elles ne peuvent remplacer une politique.

La Feuille de route que nous sort le ministère du Tourisme, après cinq mois de gestation, cache mal l’absence d’une nouvelle ambition pour le tourisme tunisien. Ces “mesurettes” ne seront, en l’absence d’une vision nouvelle, que de l’aspirine – selon le terme utilisé par le Ministre lui-même –... avant que ce grand malade qu’est le tourisme ne soit obligé de passer au bloc

opératoire.

En effet, **si l'urgence d'apporter des solutions plaide pour l'utilisation d'une stratégie héritée du gouvernement d'avant le 14 Janvier, on ne comprend pas pourquoi cette même stratégie a été amputée d'un axe essentiel comme la réforme du cadre institutionnel**, et notamment la réforme de l'ONTT. On comprend mal aussi l'oubli du chantier de l'amélioration de la compétitivité de nos entreprises, mise à mal après la Révolution, vu que ce sont ces entreprises qui nous permettront de réaliser la croissance espérée. Encore moins compréhensible, l'augmentation de la dépense moyenne par touriste – que l'étude Roland Berger prévoyait pourtant de doubler à l'horizon 2020 – n'a pas été citée par le Ministre dans les nombreuses interviews qu'il a accordées à ce sujet.

Pour toutes ces raisons (que nous détaillons ci-après), nous espérons que le ministère rectifiera le tir avant l'adoption de la version finale de cette Feuille de route.

Recettes en berne, un mal qu'on préfère oublier

Avec quelque 500 DT de recette par touriste (et seulement une centaine de dinars par nuitée), notre destination a toujours été détentrice du record de la plus faible recette par touriste parmi ses concurrents en Méditerranée (celles du Maroc, de la Turquie ou de l'Egypte se situant autour de 1000 dinars). Ceci n'a pas empêché nos ministres successifs de célébrer tous les ans, tous les mois et toutes les semaines, « les bons chiffres » des entrées aux frontières. Pire, **notre croissance en termes de nuitées et d'entrées s'est accompagnée ces vingt dernières années d'une érosion de notre part de marché et d'une quasi stagnation de notre part dans les recettes touristiques** (autour de 1% en Méditerranée et 0,2% des recettes mondiales) alors que des concurrents comme l'Egypte ou la Turquie multipliaient leur part par trois.

Loin de rompre avec cette mauvaise habitude, l'actuelle administration, pressée de redorer son blason auprès de l'opinion publique, la perfectionne. C'est ainsi qu'en l'absence d'une croissance réelle, on parle d'une limitation de la baisse de 50% ; un chiffre magique que quelques journaux ont vite converti en taux de croissance, écrivant par erreur que le nombre des entrées serait en augmentation de 50%.

Mais la forte chute des recettes en 2011, comme celle probable de cette année, ne semble chagriner que les seuls professionnels alors qu'elle affecte directement notre PNB. D'ailleurs, la contribution du tourisme à la croissance économique n'a cessé de s'éroder jusqu'à devenir nulle en 2009 et négative en 2011.

On aurait cru que de tels chiffres alarmeraient un gouvernement issu de la Révolution. Dans les faits, la nouvelle Feuille de route ne mentionne aucune mesure spécifique pour remédier à ce mal. C'est ainsi que le secteur MICE, générateur de recettes 3 à 4 fois supérieures à celles de la branche loisirs, ne bénéficie ni de stratégie et de budget spécifiques, ni de structure dédiée si ce n'est une cellule MICE sans moyens. Cette cellule, faut-il le rappeler, avait été créée en 2010 par le ministre Slim Tlatli, auquel on doit aussi la création d'une cellule Golf ainsi que l'ouverture du chantier des maisons d'hôtes.

La thalassothérapie est une autre branche génératrice de recettes. Mais sa promotion est confiée depuis trois ans à l'Office du Thermalisme qui n'a ni la vocation ni l'expertise pour le faire, et dont l'action se résume à une participation annuelle à un ou deux salons.

Certes, la perspective de l'Open Sky laisse espérer un développement du tourisme individuel ; mais celui-ci n'est pas forcément garant de meilleures recettes par touriste. Il nous reste alors le tourisme culturel. Mais on ne sait rien sur le programme envisagé, sinon que 2,8 milliards seront dépensés (déclaration de M. Fakhfakh sur Nessma TV) pour promouvoir avec "Atout France" « *4 sites culturels et naturels prioritaires* ». Pourquoi 4 et non pas 7 comme le nombre de sites inscrits sur la liste de l'UNESCO ? et pourquoi "Atout France" dont l'expertise et l'impartialité sont **sujets à débat** en France même ?

Réforme des structures : circulez, il n'y a rien à voir

Toutes les études menées ces dix dernières années insistaient sur la nécessaire réforme de l'ONTT et la participation des professionnels dans la prise de décision, notamment par la création d'une structure mixte "public/privé" pour se charger de la promotion et de la commercialisation du secteur. L'étude du cabinet Roland Berger prévoyait une réorganisation du ministère du Tourisme et un recentrage de l'ONTT sur sa mission de promotion.

Après la Révolution, on s'attendait légitimement à une clarification des rôles de l'ONTT et du ministère, et surtout à un début de « *renforcement du rôle du secteur privé dans la gouvernance du secteur* », comme le prévoyait l'étude Roland Berger.

En lieu et place, la "nouvelle réforme" oublie cette recommandation relative à l'ONTT et ne retient que la création d'une « *unité de pilotage par objectif* ». Celle-ci aura, selon Elyes Fakhfakh, la mission de « *veiller à la mise en place de la stratégie de développement du tourisme* » ; elle sera, comme il se doit, présidée par le Ministre lui-même.

De plus, cette unité non encore créée « *demandera* », selon son non encore président Elyes Fakhfakh, la création d'un « *Conseil Supérieur du Tourisme* » qui aura, lui, « *l'autorité suprême dans le secteur* » (sic).

En fait de nouveauté, il s'agit d'un retour au bon vieux Conseil Supérieur du Tourisme créé par Ben Ali en 2005, qui lui permettait de gérer directement le secteur et les professionnels par Premier Ministre interposé. Il s'agit donc bel et bien d'une tentative de concentration de tous les leviers du secteur entre les mains du Ministre et de son chef de gouvernement.

Quid alors de l'ONTT et de sa réforme? La réponse du ministère est "Quick wait" : il est urgent d'attendre. Attendre la disqualification totale d'un Office en mal de réforme depuis une vingtaine d'années. L'ONTT deviendrait ainsi une coquille vide, sans cadres compétents et sans mission définie, à part l'exécution de tâches qu'on voudrait bien lui confier.

Pour ce qui est des professionnels, ils ne compteront pas plus qu'au temps de l'ancien régime. En l'absence de texte de loi et de structures dédiées, les promesses pour « *plus de décentralisation et plus de partenariat public/privé* » d'Elyes Fakhfakh n'engagent que ceux qui les croient.

Hôtellerie : l'assainissement c'est bien, la croissance c'est mieux

Le règlement du douloureux problème de la dette, sans doute nécessaire, ne sera jamais suffisant pour sauver notre hôtellerie. Au-delà de ce lourd fardeau, nos hôtels perdent de leur compétitivité année après année, et il s'ensuit une baisse continue de leur contribution dans la croissance économique du pays. **Le cercle infernal dans lequel se débat notre hôtellerie**

depuis des années est celui d'une faiblesse des prix de vente qui s'accompagne d'une augmentation des coûts tant de l'investissement que des achats et des salaires ; une inflation des coûts qui n'est pas près de s'arrêter. L'issue pour eux est donc de mieux vendre et de baisser leurs coûts, et c'est à ces deux niveaux qu'ils sont les plus fragiles. En effet, deux constats résument la situation de notre hôtellerie :

– un parc constitué pour l'essentiel d'hôtels indépendants incapables d'accéder aux économies d'échelle que permettent les chaînes hôtelières. De plus, les rares chaînes tunisiennes sont en fait un assemblage sous une même enseigne de plusieurs sociétés juridiquement et financièrement indépendantes. Ces hôtels sont confrontés dans leur commercialisation à des conglomérats avec de grands moyens commerciaux ;

– une quasi absence de la fonction commerciale qui reste souvent le domaine du propriétaire ou du directeur général de l'hôtel. Une fonction qui reste peu valorisée, à tel point que les bons commerciaux tunisiens (on n'en compte pas plus d'une quinzaine) trouvent refuge à l'étranger dans les chaînes internationales.

Dans ce contexte, le rôle de l'Etat est d'encourager l'émergence de chaînes locales, les regroupements à vocation commerciale comme les chaînes volontaires, ou ne serait-ce que la mutualisation de certains moyens. De même, il est urgent de revaloriser la fonction commerciale au sein de nos hôtels en lui conférant par exemple un statut similaire à celui du directeur général (obligatoire pour l'ouverture d'un hôtel) et en lançant une formation de haut niveau portant sur la commercialisation des produits touristiques.

“Atout France”, un modèle pour notre ministère ?

En plus de sa mission de promotion des sites culturels, “Atout France” pourrait aussi, selon les indications de la nouvelle Feuille de route du tourisme tunisien, se charger du dossier de la diversification de l’offre et de celui de la réforme du cadre institutionnel (voir **notre document**, “Chantiers structurels”). Il est donc important d’apprendre à connaître cet organisme et de se poser quelques questions à son propos.

Dans un *Livre Blanc de la modernisation hôtelière et touristique* en France (par Marc Watkins, novembre 2011), “Atout France” est ainsi présenté :

*« Depuis quelques années, il a été demandé à Atout France de chercher à autofinancer ses frais de fonctionnement par la vente de services d’accompagnement, afin de réduire son coût pour l’Etat. Atout France est donc devenu au fil du temps une sorte de **consultant qui facture ses prestations** et vend tout ce qu’il peut à ses adhérents. Sa mission de service public, travaillant pour les professionnels du tourisme et surtout les collectivités, a été presque totalement obscurcie et mise en retrait.*

*« Parallèlement, bien qu’étant sous un statut public/privé, l’agence travaille de plus en plus sous la dépendance presque unique du gouvernement, et plus particulièrement depuis juillet 2009 par contrat avec le Ministère en charge du tourisme, elle est devenue un **véritable bras armé politique du Ministre en place** et suit ses demandes à la lettre avec une **marginalisation de l’administration touristique centrale** (...).*

« (...) Mais il est étonnant qu’un bilan de l’action promotionnelle d’Atout France ne soit jamais réalisé pour vérifier/valider sa compétence dans ses missions, la qualité des retombées de ses actions promotionnelles et de représentation, ainsi que plus simplement... le sérieux de son travail.

« (...) On peut également s’étonner des partenariats que prend Atout France. Par exemple, il signe en 2011 une convention avec le groupe hôtelier Accor d’une durée de 3 ans dont l’objectif principal est « de promouvoir le réseau

*hôtelier en France auprès des clientèles d'affaires et de loisirs françaises et internationales » (...) Cet accord exclusif, teinté de **favoritisme**, vers un opérateur unique du secteur privé, est pourtant **contraire à la vocation d'Atout France**.*

*« Le fait qu'Atout France soit devenu **un instrument politique au service du gouvernement, voire du parti politique au pouvoir** pose un véritable problème de confiance, de fiabilité et de crédibilité dans ce qu'il communique, réalise, actionne et apporte comme informations.*

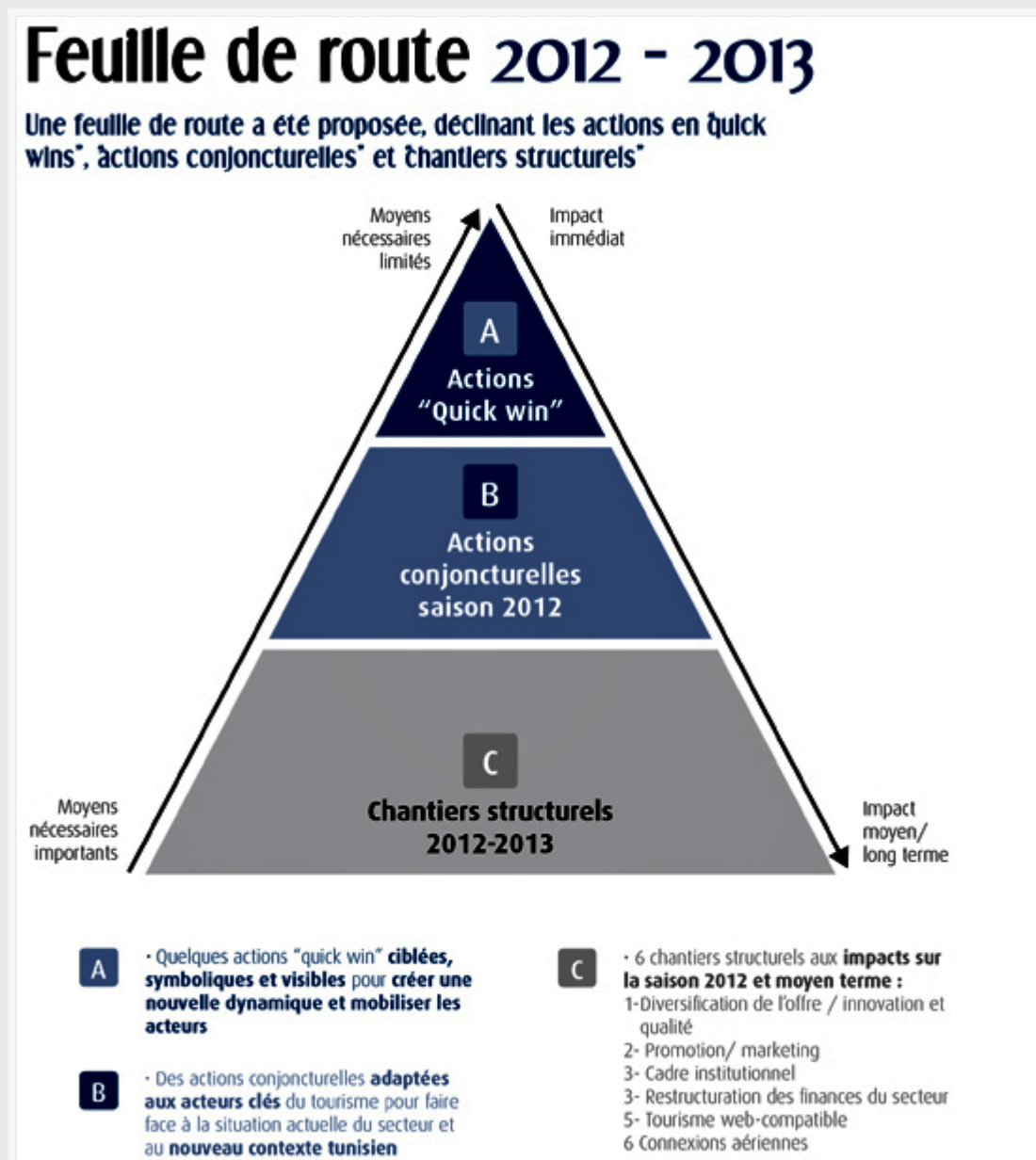
*« Enfin, il faut constater et même dénoncer les **nombreux échecs, pour ne pas dire fiascos**, dans les dossiers gouvernementaux touristiques de ces quatre dernières années, avec Atout France pour maître d'ouvrage délégué. »*

Au vu de ce pedigree, on peut se poser les questions suivantes :

- Pourquoi a-t-on choisi un prestataire aussi controversé ?
 - Qui paye Atout France ? Si c'est l'administration tunisienne, est-ce sur le budget de l'Etat tunisien, ou est-ce à travers un don ou un "prêt conditionné" de la part de l'Etat français ?
 - Les missions confiées à ce prestataire apparemment "expert" dans la « *marginalisation de l'administration du tourisme* » vont-elle englober la réforme institutionnelle comme c'est mentionné dans la Feuille de route ?
 - En quoi consiste le rôle d'Atout France dans le chantier structurel de « *diversification de l'offre* » de la Feuille de route du tourisme tunisien (**notre document**) ? N' y a-t-il pas, pour un produit ou un autre, un probable conflit d'intérêt entre les missions de ce prestataires auprès du tourisme tunisien et celles qu'il assure auprès de concurrents français comme c'est le cas pour la thalassothérapie ou la chirurgie esthétique ?
-

La Feuille de route du tourisme tunisien

Afin de permettre le débat le plus large possible autour de la nouvelle Feuille de route du ministère du Tourisme, nous en publions ci-après la version encore "provisoire", ainsi que **nos commentaires**.



Les actions "quick wins" doivent permettre de mettre en mouvement l'ensemble du secteur, grâce à des impacts visibles et immédiats

A Actions "quick wins" – Détail (1/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Lancement du site internet de l'ONTT	• Lancer officiellement le nouveau site (et logo) de l'ONTT (traduit en au moins 6 langues) • S'assurer du bon référencement du site sur les moteurs de recherche et sur les sites de réservation en ligne, notamment par de la publicité (ex : Adwords de Google) et de la rentabilité des actions marketing	• Site opérationnel en avril 2012 • 10% des touristes utilisateurs du site internet (1)
Promotions des 04 sites culturels et naturels prioritaires	• Constituer un comité de sélection (2) des sites prioritaires • Sélectionner 04 sites culturels et naturels prioritaires • Publier la liste sur le site internet de l'ONTT, avec un lien vers les sites web respectifs, et dans un dépliant sur les atouts touristiques de la Tunisie • Assurer la viabilisation des sites à court / moyen terme	• 04 sites prioritaires référencés avec un projet de contrat de destination
Validation et publication des textes réglementaires des hébergements touristiques alternatifs	• Publier les textes réglementaires des hébergement alternatifs (maisons d'hôtes, hôtels de charme, gîtes ruraux, fermes...) en collaboration avec les associations et fédérations • Communiquer sur la mise en place du cadre réglementaire notamment en le mettant en ligne sur le site internet de l'ONTT et le portail du tourisme alternatif	• 70 hébergements alternatifs labellisés d'ici fin 2012

1) C'est à dire : 10% des touristes arrivant en Tunisie ayant visité le site internet de l'ONTT

2) Constitué d'un architecte, un urbaniste, un représentant des collectivités locales, un financier, des représentants des ministères concernés, des professionnels du tourisme...

Les quick wins participeront aussi au renforcement de la promotion et de la qualité de la destination Tunisie

A Actions "quick wins" – Détail (2/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Lancement des événements à fort impact médiatique	- Constituer un comité de réflexion sur les événements - Planifier un calendrier des événements internationaux - Annonce de l'organisation d'un événement international en Tunisie (festival de théâtre, festival de jazz, festival de salsa, festival gastronomique...)	Un événement international par mois jusqu'au mois d'août
Organisations d'une campagne de propreté des sites touristiques	- Cartographier les 100 points noirs et commencer par une action pilote - Organiser une campagne de propreté des sites touristiques : nettoyage / remise à niveau de l'ensemble des toilettes des sites touristiques, circuits, autoroutes, stations-service, avec mobilisation de la population, notamment les plus jeunes, autour de l'opération	100 toilettes propres dans les principaux sites et circuits touristiques
Mise en place d'une charte de bonne signalisation	- Constituer un comité de coordination avec les ministères chargés de l'Équipement et de la Culture - Lister et diffuser les 10 "best practices" pour avoir une bonne signalisation dans les sites et circuits touristiques à commencer par les médinas et engager une société privée pour la charte graphique	Tous les circuits touristiques des médinas avec signalisation d'ici fin 2012
Labelliser les plages hôtes "Pavillon bleu" pour assurer la mise en valeur des plages	- Sélectionner une première série de plages "pilotes" concernées par le dispositif - Inscription des hôteliers dans le processus d'accréditation des "Pavillons bleus" pour leur plage	10 plages sont labellisées "Pavillon bleu" d'ici fin 2012

Les quick wins participeront également à l'amélioration de la qualité du produit touristique

A Actions "quick wins" - Détail (3/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Révisions des normes de classement des restaurants touristiques	• Réviser et publier le classement des restaurants touristiques vers une exigences gastronomiques de qualité et d'innovation	• Publication des nouvelles normes de classement avant fin 2012
Mise en place de l'opération " Mobilité Tourisme Frontalier "	• Mettre en place des structures d'accueil au sein des postes frontaliers • Réaménager les structures d'accueil existantes	• Les structures d'accueil aux postes frontaliers de Melloula et Babbouch sont réaménagées d'ici l'été 2012
Campagne de sensibilisation sur la nécessité de réserver à l'avance	• Lancer une campagne nationale de sensibilisation sur la nécessité	• 1 campagne nationale de réserver à l'avance dans les hôtels tunisiens avant l'été 2012

Les quick wins participeront aussi au renforcement de la promotion et de la qualité de la destination Tunisie Actions "quick wins"

A Actions "quick wins" - Détail (4/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Campagne de communication et de promotion pour les résidents à l'étranger	• Développer conjointement avec le Secrétariat d'Etat de l'Immigration une communication ciblée et adaptée aux spécificités des résidents à l'étranger • Lancer des promotions de vente et des actions de parrainage des amis étrangers	• 1 campagne sur 3 pays (France, Allemagne et Italie) avant l'été 2012
Création d'une cellule com et veille web 2.0	• Créer une cellule de communication et de veille web social et participatif • Créer des pages Tourisme Tunisien (Ministère et ONTT) dans les réseaux sociaux • Suivre les publications, commentaires et avis des internautes et répondre à leurs interrogations • Créer un buzz sur les réseaux sociaux	• 2 pages Tourisme Tunisien créés avant fin mai 2012

Trois grandes actions conjoncturelles ont été prévues pour faire face à la situation actuelle du secteur touristique tunisien

B Des actions conjoncturelles - Détail

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Campagne de promotion	- Optimiser l'utilisation du budget de promotion par une analyse pays par pays des meilleurs canaux de diffusion (Relations publiques, publicité conjointe, spots TV, etc.) - Sécuriser la bonne coordination entre campagne de promotion et accessibilité aérienne	Rétablir l'image de la destination Tunisie sur les marchés émetteurs
Soutien aux acteurs étrangers	- Développer les partenariats avec les acteurs touristiques des pays sources (tour-operators, transport aérien, agences de voyages) par du partage de risque et du financement de la promotion - Renforcer la présence des relais de la Tunisie dans les pays sources par des actions de lobbying ciblées	Favoriser l'arrivée de touristes en Tunisie
Soutien aux acteurs locaux	- Soutenir les acteurs locaux (agences de voyages, hôtels...) par des actions financières ciblées (fiscalité ; sécurité sociale ; charges ; dette ; aide à l'emploi ; formation...) - Mobiliser la population tunisienne par des campagnes de sensibilisation (ex. : "10 touristes = 1 emploi")	S'assurer de la participation des acteurs locaux à la relance du secteur

6 chantiers structurels ont été proposés suite à l'étude stratégique, avec des résultats prévus pour la saison 2012 et à moyen terme

C Chantiers structurels 2012-2013 – Détail

CHANTIERS	ACTIONS 2012-2013	INDICATEURS CIBLES – A CONFIRMER	SOUTIENS ENVISAGÉS
Diversification de l'offre, innovation et qualité	• Développer une charte de qualité • Réviser le code des investissements • Promouvoir les investissements innovants et les petits projets à l'intérieur du pays • Diversifier les types d'hébergement touristiques • Renforcer l'offre des filières de diversification • Réaliser la refonte de la formation	• 1 M de touristes supplémentaires par an pour atteindre 6,8 M en 2013 et 10 M en 2016 • Doublement des dépenses moyennes par touriste à horizon 2020 • Indicateur de qualité • 15% des dépenses touristiques consacrées au para touristique • Promotion des investissements touristiques (augmentation de 10% par an du volume des investissements dans le tourisme alternatif)	• Atout France • Organismes d'accréditation touristique en Espagne / Allemagne • Ecoles hôtelières européennes
Promotion / marketing	• Adopter une approche marketing par pays/ produit • Construire la nouvelle politique événementielle • Diversifier les sources de financement	• Augmenter la part de la clientèle individuelle (+10 points) en 2016 • Réduire la concentration des marchés émetteurs (-10 points) en 2016	• Organismes européens pour l'obtention de subventions • Atout France • Agences de communication
Cadre institutionnel	• Mettre en place l'UGPO • Etudier la réorganisation du dispositif institutionnel • Promouvoir le Partenariat Public Privé • Mise en place d'une cellule de veille		• Atout France • Coopération internationale
Restructuration des finances du secteur	• Mettre en œuvre les recommandations de l'étude de la Banque Mondiale • Assurer la durabilité des nouveaux projets d'investissement touristique	• Diminution des créances accrochées du secteur touristique	• Banque Mondiale • Organismes d'audits publics européens
Tourisme Web compatible	• Réaliser le Programme "Archipel" de référencement • Promouvoir la commercialisation en ligne	Indicateur de GIATA	• Entreprise High-tech américaine • GIATA et USAID • Représentants de BonjourQuébec.com / VisitSweden.com
Connexions aériennes	• Développer les partenariats auprès des compagnies aériennes • Définir un plan de développement des transports aériens dans le cadre des accords Open Sky	• Augmentation du nombre de lignes/connexions par Tunisair et autres compagnies	• Tour operators • Compagnies aériennes low-cost

La Tunisie au féminin

Figures de la Révolution

La Révolution ne s'est pas terminée le 14 janvier 2011. Commencée dans les profondeurs des régions déshéritées, elle se poursuit pas à pas dans une société qui réclame un fonctionnement démocratique des institutions, et se lève contre tous les abus de pouvoir et toutes les régressions.

Lina Ben Mhenni



Blogueuse révoltée, Lina, alias Tunisian Girl, s'est improvisée reporter de terrain aux moments les plus chauds de l'hiver 2010-2011. Son nom a été proposé pour le Prix Nobel de la Paix. Mais, à cause de son profil peu conventionnel – trop “gauchiste”, pas assez “islamique” – elle a été la cible de violentes attaques. Elle est pourtant représentative de cette jeunesse moderne qui s'est sentie proche du soulèvement populaire des régions de l'Ouest, et a défié la police de Ben Ali en se rendant sur place et en diffusant sur le Net informations et vidéos.

Khaoula Rachidi



Un admirateur de son geste l'a comparée, sur son blog*, à Rosa Park, la Noire américaine qui refusa de se soumettre à la ségrégation. Comme celle-ci, ce n'est pas une militante ; mais en ayant le courage de dire non, elle a éveillé les consciences de tout un pays. Cette grande fille sportive, fille d'un ingénieur du Sud-Ouest ouvrier, est montée sur le mur de sa faculté de la Manouba où un activiste prétendait remplacer le drapeau tunisien par le drapeau noir de son mouvement fondamentaliste. En défendant le drapeau national, elle a mis en lumière tout à la fois les objectifs anti-patriotiques du mouvement salafiste et sa violence intrinsèque. L'avenir dira si, comme Rosa Park, son geste inspirera un mouvement de grande ampleur pour remettre la Révolution sur les rails qu'elle n'aurait jamais dû quitter.

* Abderrazak Lejri, publié sur le site Mediapart





Face au salafiste de la faculté de la Manouba, Khaoula Rachidi est la première à oser intervenir.

Renversée violemment, elle revient pourtant pour parler.

D'autres étudiants la rejoignent et redéployent le drapeau national. Celui-ci est arraché et jeté à terre.

Maya Jeribi



Secrétaire générale d'un des plus grands partis de Tunisie, elle est élue de l'Assemblée constituante où ses interventions empreintes de dignité et d'intelligence sont régulièrement de grands moments de démocratie. Comme lorsqu'elle a osé présenter sa candidature à la présidence de cette assemblée, contre le candidat de la troïka victorieuse, et recueilli le score plus qu'honorable de 32% des voix. Acte de naissance d'une opposition démocratique dont la parole serait désormais légitime.

Entre mythe et histoire

A regarder les grandes figures mythiques qui jalonnent l'histoire ancienne de la Tunisie, on s'aperçoit que la femme tunisienne n'est pas la garante d'une identité figée et éternelle ; elle est une "passeuse", celle par qui le monde ancien meurt pour renaître sous un nouveau visage. Tout se passe comme s'il revenait aux femmes, à chaque époque, d'incarner ces phases de rupture et de refondation qui ont fait l'identité tunisienne.

Elyssa

C'est par elle que l'Orient s'invita en terre africaine. Elle transportait dans ses vaisseaux l'essence de la culture phénicienne – accompagnée d'un prêtre de la déesse Astarté, elle portait en elle le souvenir de son époux, prêtre du dieu Melqart. Elle ne s'imposa pas par la force, mais par la ruse. Et pour ne pas renier son héritage oriental, pour éviter que sa cité ne soit

tuée dans l'œuf, elle refusa le mariage avec le chef autochtone Iarbas en s'immolant par le feu. C'est ainsi que la civilisation punique put naître d'un véritable métissage.

La Kahéna

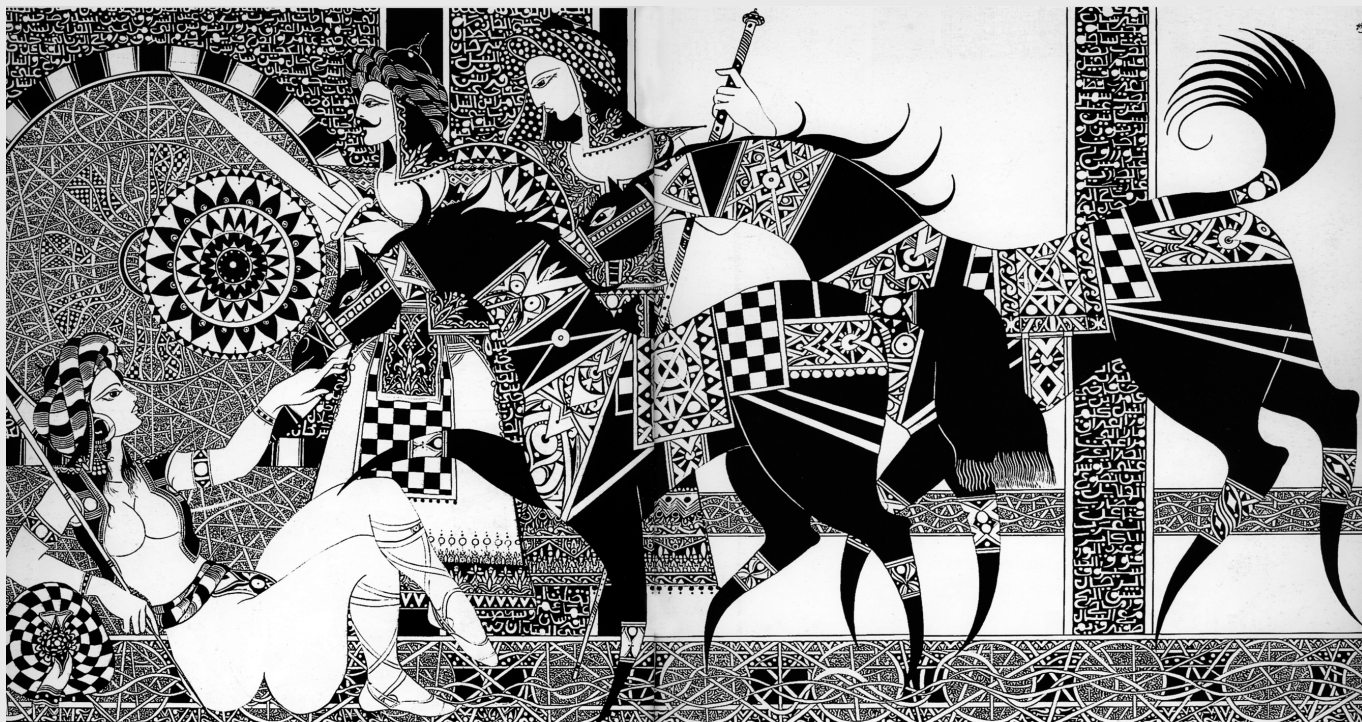
Quinze siècles après Elyssa, une autre femme apparaît à une époque charnière, celle de la conquête arabe. Elle symbolisait à elle seule la résistance berbère : « Comme [le gouverneur Hassan Ibn Nooman] avait demandé quel était le plus puissant roi des Berbères, on lui répondit que c'était la Kahéna », raconte Ibn Khaldoun.

La Kahéna a échoué à repousser les cavaliers arabes ; mais elle les a obligés à prendre en compte l'élément berbère. Lorsque ses fils se rendirent à Hassan, celui-ci leur confia lui-même le commandement des tribus de l'Aurès désormais converties à l'islam. C'est un Berbère, Tarak Ibn Zied, qui allait bientôt conquérir l'Andalousie. Et ce sont les grandes tribus berbères, des Zénètes aux Sanhaja, qui devaient faire et défaire les dynasties en Tunisie pendant plusieurs siècles.

Jazia Hilalia

Dans un Maghreb resté essentiellement berbère, il faudra une nouvelle révolution pour arabiser en profondeur le peuple tunisien. Ce sera l'invasion hilalienne, dont le récit légendaire met en exergue le personnage de Jazia. Guerrière et poétesse à la sublime beauté, épouse d'un prince d'Arabie, elle s'était enfuie avec les siens suite à une brouille entre familles, laissant derrière elle un mari éperdu d'amour. Mais les Hilaliens, eux, ne rêvaient que de la verte Tunisie, contrée mythique pour laquelle ils abandonnaient leur terre ancestrale...

La réalité historique est plus prosaïque : les Hilaliens venaient du désert égyptien, ils étaient envoyés par le calife fatimide pour reprendre en main cette province qui avait renié le chiisme. Et si l'on en croit Ibn Khaldoun, ce sont les Berbères qui calqueront souvent leur mode de vie sur ces Arabes devenus les nouveaux "hommes forts" du pays.



La Geste hilalienne, vue par le peintre Adel Megdiche.

Bienfaitrices et engagées

Chez les Tunisiennes, l'engagement s'enracine souvent dans l'action sociale. Qu'elles soient princesse, mystique ou femme engagée dans la modernité, leur action en faveur du peuple les a rendues légitimes. Pour certaines, cette générosité leur a valu une reconnaissance inextinguible par-delà les siècles.

Aziza Othmana

Elle est vénérée par beaucoup de Tunisiennes comme une bienfaitrice des temps anciens ; une femme qui inscrit son nom dans l'histoire en engageant sa fortune pour améliorer le sort du peuple. Cette richissime princesse mouradite, petite-fille de Othman Dey, a affranchi tous ses esclaves et consacré la quasi totalité de ses biens à des œuvres de charité – elle possédait 68 000 hectares de terres qui s'étendaient de Monastir aux abords de Sfax ! On lui doit notamment l'hôpital de la médina de Tunis qui porte aujourd'hui son nom.

Saïda Aïcha Manoubia

Quatre siècles avant Aziza Othmana, une sainte soufie défendait les petites gens dont elle partageait le sort, filant la laine pour gagner sa vie. Elle offrait des moutons au père de famille nécessiteux, libérait des captifs, secourait les endettés et défiait les puissants... A une époque où les docteurs malékites étaient liés au pouvoir, le soufisme en pleine expansion apparaissait comme un mouvement contestataire. Aujourd'hui la plus populaire des saintes tunisiennes, Saïda Manoubia était aussi une femme libre, qui ne s'est jamais mariée malgré sa beauté légendaire, et une intellectuelle qui s'est imposée par son érudition dans un milieu religieux très masculin : les savants de Tunis, dit-on, reconnurent son autorité et accompagnèrent son enterrement.

Bchira Ben Mrad



Issue d'un milieu religieux, elle voulait promouvoir l'instruction des jeunes

filles et faire participer les femmes au mouvement d'émancipation nationale. Elle est la fondatrice de la première organisation féminine tunisienne, l'Union Musulmane des Femmes de Tunisie (1937), qui s'est signalée par son action sociale en aidant les étudiants tunisiens à l'étranger. Quelques années plus tôt, sa sœur Nejiba animait une association de bienfaisance en compagnie de Wassila Ben Ammar (future épouse de Bourguiba) : c'était le début de la participation des Tunisiennes à la vie publique. Puis dans les années 1950, nombre de Tunisiennes rejoindront l'Union des Femmes des Tunisie, association d'inspiration communiste, qui mêlait action politique, aide aux nécessiteux et revendication féministe. Même l'UNFT, l'organisation féminine apparentée au Destour qui sera l'héritière de toutes les précédentes, commencera par organiser des soupes populaires et des distributions de vêtements, avant de militer pour les droits de la femme. Ironie de l'histoire : le père de Bchira Ben Mrad était le cheikh el-Islam Mohamed Salah Ben Mrad, un adversaire des thèses de Tahar Haddad... ce qui ne l'a pas empêché d'encourager ses filles dans leur action publique.



*La femme et le drapeau, pour illustrer la marche vers l'Indépendance
(document tiré de "Histoire de la Tunisie" par H. Boularès, éditions Cérès).*

Des oubliées

La Tunisie a connu au cours de son histoire des femmes ayant occupé une place prépondérante, mais leur mémoire a été occultée ou dévalorisée pour des raisons idéologiques. C'est l'hypothèse de l'historienne Emna Ben Miled, qui mentionne Asma, fille du Cadi Assad ibn Fourat, et Khadija, fille de l'Imam

Sahnoun. Ces femmes, instruites en sciences religieuses, participaient à des débats juridiques ; elles méritaient donc le titre de “fakihèt” (Xe s.). Des saintes comme Saïda Ajoula, Lella Arbia, se voient attribuer le même genre de miracles que leurs homologues hommes, sans jouir du même prestige ; la seconde était réputée “proche de Dieu”. Une femme a même régné sur le pays : la sultane ziride Saïda Sanhajia, d’abord conjointement avec son frère Badis, puis pendant la minorité de son neveu El-Moezz (XIe s.). Mais son nom a disparu des livres d’histoire.

* *“Les Tunisiennes ont-elles une histoire ?” Emna Ben Miled, 1998.*

Une pionnière

Tawhida Ben Cheïkh

Elle est allée en France faire des études supérieures à une époque où peu de garçons avaient cette possibilité ; son propre frère s’était heurté au refus de ses parents de le laisser partir ! Mais Tawhida Ben Cheikh, première bachelière de Tunisie en 1928, était une élève brillante soutenue par le Dr Burnet, futur directeur de l’Institut Pasteur de Tunis. Elle obtint son doctorat en 1936, devenant ainsi la première femme médecin du monde arabe. Cette véritable militante s’est orientée vers la gynécologie pour s’engager dans l’aventure du planning familial. Elle a participé à l’Union Musulmane des Femmes de Tunisie, à la revue féminine “Leïla”, au Croissant Rouge tunisien. Elle deviendra directrice du service de maternité de l’hôpital Charles Nicolle, puis de l’hôpital Aziza Othmana, avant de s’éteindre à l’âge de 101 ans, dans un pays où 40% des médecins sont aujourd’hui des femmes.

Une citoyenne du monde

Gisèle Halimi

Elle qui a souffert du patriarcat dans son enfance a fait avancer la cause des femmes en France comme peu de Françaises “de souche”. Avocate engagée, elle a fait accepter l’idée du droit des femmes sur leur propre corps. Militante anticolonialiste, elle s’est battue contre la torture en Algérie et a toujours soutenu la cause palestinienne. Son credo : “Ne vous résignez jamais !”, titre de son dernier livre.

Le mariage kairouanais

A l'heure où certains voudraient ouvrir la porte à un retour de la polygamie, il est utile de rappeler le "mariage kairouanais" en vigueur dès le début du II^e siècle de l'Hégire. Les gens de Kairouan avaient pris l'habitude d'imposer dans les contrats de mariage une clause interdisant au mari de prendre une seconde femme ou une concubine ; et autorisant l'épouse à divorcer en cas d'infraction. Ce procédé s'est répandu à travers la Tunisie et même en Andalousie. Selon Hassan Hosni Abdelwaheb, il est resté en vigueur à Kairouan jusqu'à l'époque moderne.

Mais les familles désirant protéger leurs filles pouvaient introduire bien d'autres clauses. Selon l'accord conclu, le contrat pouvait au contraire obliger à faire divorcer la seconde épouse, ou à affranchir la concubine. Il pouvait autoriser la femme à divorcer si le mari s'absentait de façon prolongée, ou s'il la chassait du domicile, ou encore s'il lui interdisait de rendre visite à sa famille. Certains contrats prévoyaient aussi l'équivalent d'un dédommagement en cas de mauvais traitement ou de répudiation : une partie de la dot apportée par l'époux était ajournée au moment du mariage, et susceptible d'être réclamée par l'épouse en cas de conflit. Voilà comment les Tunisiennes de la haute société parvenaient, dès le Moyen Age, à s'assurer un minimum de respect à l'intérieur du mariage.

D'après Mohamed Talbi, "Ma Religion c'est la liberté", Nirvana 2011



Des Tunisiennes célèbrent la Journée Internationale des Femmes, le 8 mars

dernier devant l'Assemblée Nationale

Constituante, pour défendre le CSP, un élément essentiel de la "tunisianité".
