Soyons ambitieux !

La ruée des professionnels tunisiens vers Moscou à l'occasion du Salon MITT – ils étaient près de 200 à se déplacer – marque une prise de conscience du potentiel de ce marché qui émet pas moins de 16 millions de touristes par an. Une prise de conscience qui laisse espérer une mobilisation pour une gestion plus ambitieuse de ce marché.
En effet, l'objectif assigné qui est d'atteindre les 450 000 arrivées de Russes à l'horizon 2015 reste modeste au regard, par exemple, des 2 millions de clients que vise le Maroc en 2020 (il n'en reçoit aujourd'hui que 30 000, concentrés notamment sur Agadir). Cet objectif est surtout modeste comparé aux
3 millions d'arrivées russes que réalise actuellement la Turquie, même si celle-ci peut compter sur ses propres tour-operators qui figurent parmi les plus grands en Russie.

Les stations balnéaires sont la principale motivation de voyage des Russes.

Nos objectifs pourraient être plus ambitieux au vu de la richesse de la Tunisie en stations balnéaires, principale motivation de voyage des Russes. Pour eux, la Tunisie peut rester attractive en dehors de l'été grâce à la thalassothérapie et aux stations balnéaires du Sud comme Djerba. De plus, des tour-operators tunisiens ou russes sont déjà bien engagés sur la destination. Le leader du marché Pegas Touristik est déjà locataire de plusieurs hôtels à Monastir et à Hammamet. Carthage Plus, avec son partenaire Biblio Globus totalisant plus de 100 000 clients sur la Tunisie, étoffe sa programmation aérienne pour la saison prochaine.

Au vu des incertitudes qui pèsent sur les marchés traditionnels, un peu d’audace de la part des décideurs tunisiens serait la bienvenue, et notamment pour résoudre un double handicap :
– la faiblesse de la programmation aérienne notamment en hiver,
– le manque de moyens financiers et humains au sein de la représentation tunisienne en Russie.
Le salon MITT aura servi à hâter les décisions allant dans ce sens, avec notamment, assure Habib Ammar, DG de l’ONTT, « l’allocation d’un budget de plus de 2 millions d’euros pour une campagne de publicité qui débutera dans sept villes russes fin avril-début mai, et l’invitation prochaine des tour-operators qui ne programment pas la Tunisie ». Il était temps.

Le stand de la Tunisie a été primé meilleur stand du salon MITT.