

Le nouveau visage de Tunisie Voyages

Restructurée, Tunisie Voyages repart à la conquête de ce que fut son rang parmi les leaders des agences de voyages tunisiennes. L'agence, désormais gérée par TUI, a passé « *une bonne année 2013* ». Des résultats qui auraient pu être amplifiés en 2014 « *si les changement politiques dans le pays étaient intervenus six mois plus tôt* », regrettent ses managers. Car « *les engagements aériens des T0 sont déjà pris et ces T0 ne s'engageront que très peu sur des vols supplémentaires* ». A l'instar de nombreuses agences de voyages, le retour à la normale pour Tunisie Voyages, s'il est certain, sera long à accomplir.



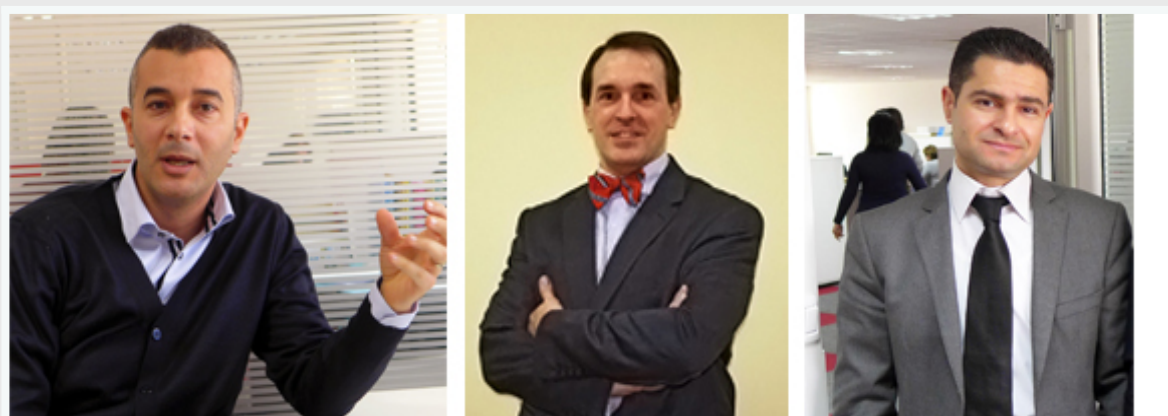
Les cinq dernières années n'ont pas été glorieuses pour l'agence. Montrant déjà des signes de faiblesses bien avant la révolution, l'agence enregistrait après le 14 janvier des pertes record se montant à quelques millions de dinars. Le sursaut qui s'en est suivi était à la mesure du choc. Le départ de son fondateur, Adel Boussarsar, préférant se concentrer sur les autres activités de son groupe, a été suivi d'une reprise en main par le groupe TUI, actionnaire de référence.

L'arrivée de TUI dans le management avec Venancio Lorente au poste de Directeur Général s'est soldé, comme l'explique Wissem Ben Hassine, directeur Ventes et Marketing, par « *un recentrage sur notre métier de base d'agence de voyages dans l'acceptation anglo-saxonne de DMC chargée de la gestion de la*

destination Tunisie ». Il en a résulté la séparation entre l'activité DMC et l'activité Transport en deux départements distincts, avec à la clef une restructuration de la société moyennant une cure d'amaigrissement (les effectifs passant de 400 personnes à 280).

Le cœur du métier de Tunisie Voyages s'organise aujourd'hui autour de cinq marchés principaux, à savoir le réceptif (y compris les croisières), le MICE, les groupes, l'outgoing et les séjours sur le marché local.

Trois de ces activités illustrent le regain de vitalité de Tunisie Voyages.



De gauche à droite : Wissem Ben Hassine, directeur Ventes et

Marketing, Venancio Lorente, Directeur Général et Sami Ezzeddine, Responsable MICE.

Réceptif : de nouveaux partenaires

Pour le réceptif, l'agence s'est attelée concomitamment à récupérer les TO du groupe TUI qui l'ont quittée et à attirer de nouveaux partenaires. C'est ainsi que Jet Air et Viaggi Del Turchese ont renoué avec Tunisie Voyages depuis avril 2013, et que l'agence compte déjà quelques succès dans sa quête de nouveaux TO avec deux spécialistes (anglais et hollandais) des circuits qui programment désormais la Tunisie. De même, Tunisie Voyages s'est attaché les services de quelques TO online dont un sur les pays nordiques, un autre pour les marchés français, allemand et espagnol et un troisième spécialisé dans les excursions.

MICE : des produits adaptés à la conjoncture

Sur le marché MICE, dont la clientèle a été la première à désertier la Tunisie post-révolutionnaire, Tunisie Voyages a fait preuve de créativité en ciblant « *des produits adaptés à la conjoncture* », selon l'euphémisme de son Directeur MICE Sami Ezzeddine. C'est ainsi que Tunisie Voyages a pu organiser

des rallyes en moto et 4x4 dans le Sud tunisien : Ksar Ghilaine, Timbaïne... ; puisque, nous explique Sami Ezzeddine, « *les participants aux rallyes ont le goût du risque et ne sont pas hantés par la sécurité* ». Des Italiens et des Autrichiens essentiellement, qui ont manifesté leur intention de revenir en 2014.

Autre exemple de ces « groupes adaptés » : des étudiants américains en MBA de la Columbia Business School en voyage d'études sur le changement démocratique en Tunisie qu'organise une Incentive House spécialisée. L'expérience semble concluante au vu des **témoignages de ces étudiants**.

L'optimisme de l'agence est aussi nourri par la reprise de contact d'anciens clients réconfortés par la nouvelle situation politique de la Tunisie. C'est le cas d'Overseas Adventure Travel – encore un américain – qui compte reprendre ses circuits en Tunisie (des circuits de 15 jours) après les avoirs interrompus depuis la révolution.

Marché local : notoriété et puissance d'achat

Sans se prétendre un spécialiste du marché local, Tunisie Voyages compte bien profiter de sa notoriété auprès des Tunisiens ainsi que de sa puissance d'achat chez les hôtels pour proposer aux résidents une offre particulièrement compétitive à travers ses quatre agences et ses bureaux dans les aéroports, ainsi que son site voyagerentunisie.com.



TUNISIE VOYAGES

VOUS
fait 

 Voyagerentunisie.com 



Pour
réserver
votre
séjour

Tunis : 71 805 805
Aéroport Tunis Carthage : 95 994 883
Hammamet : 72 227 544
Sousse : 73 241 828
Djerba : 75 758 004
tunisie-voyages.com

Publicité Tunisie Voyages pour le marché local.