

Néji Mhiri n'est plus

Néji Mhiri, le président fondateur du groupe Meublatex et de la chaîne El Mouradi Hotels, s'est éteint aujourd'hui. Il restera dans notre mémoire comme le chef de file d'une approche industrielle de l'hôtellerie et du tourisme.

Une approche qu'il a eu le temps de méditer en côtoyant les grands industriels européens du meuble dans les années 1970 ; des industriels parmi lesquels n'ont survécu que les adeptes du low-cost – fût-il de qualité comme Ikéa. Maîtrise des coûts et ratios de gestion sont des principes qu'il a érigés en dogmes.

A l'orée des années 2000, non satisfait d'avoir atteint le rang de première chaîne hôtelière en Tunisie en une dizaine d'années, il s'est attelé à en parfaire la gestion, en s'associant à la chaîne Sol Meliá en 1996, et l'offre, avec la création de plusieurs centres de thalasso, de congrès ou encore de tour-opérateurs dans plusieurs marchés émetteurs.

Il a aussi été le premier et le seul dans l'hôtellerie tunisienne à mettre en place une stratégie pour le tourisme sportif avec la création de plusieurs complexes pour l'entraînement des équipes professionnelles (Tabarka, Port El Kantaoui).

La qualité n'était jamais pour lui une excuse pour satisfaire son ego ou ses lubies personnelles : seule comptait la qualité perçue par le client et le prix qu'il était prêt à y concéder. Les coûts et le management des hôtels étaient tenus au respect de cette règle. Ainsi aimait-il répéter : « Un directeur général d'hôtel qui ne sait pas lire un compte d'exploitation ne peut être un directeur général ».

Ainsi en est-il aussi de sa décision de s'associer avec la chaîne espagnole Sol Meliá pour « mieux apprendre », disait-il, et maîtriser ces fameux ratios de gestion, mais sans jamais dévier de son objectif de rester avec ses équipes le maître à bord d'El Mouradi.

L'association s'arrêtera en 2000 avec les velléités de Sol Meliá de s'immiscer dans l'exploitation des hôtels.

Aujourd'hui qu'il nous quitte, on aimerait retenir qu'il a été le seul promoteur hôtelier à essayer d'engager la bataille du tourisme dominant en Méditerranée qu'est le tourisme de masse avec les armes de ses concurrents européens : taille critique, intégration verticale et horizontale, adéquation entre coût et prix de vente...

Personnellement, je retiendrai de lui une histoire qu'il m'a racontée il y a plus de vingt ans, et qui le résume assez bien comme personne et comme dirigeant : « Etant industriel du meuble, raconte-t-il, j'effectuais souvent des visites à mes donneurs d'ordre en Europe. Certains me recevaient dans des sièges sociaux somptueux, d'autres dans de simples bureaux au sein de leur usine. Quelques années après, seuls les seconds ont survécu ».

C'est ainsi que la première chaîne tunisienne n'a jamais eu de siège social, hormis des bureaux au sein d'un hôtel à Port El Kantaoui.

Lotfi Mansour

Néji Mhiri (à dr.) avec les dirigeants de Sol Meliá en 1996

