

Tourisme : Loi de finances, ou comment désespérer les patriotes

Il y a quelques semaines, le Président de la République faisait une déclaration solennelle devant le Ministre du Tourisme sur la nécessaire diversification du secteur, et exprimait son souci de voir les revenus du tourisme rester dans le pays et non entre les mains des tour-operators... Des propos qui nous donnaient l'espoir qu'enfin «les choses allaient changer». Qu'on allait enfin traiter le tourisme réceptif selon son mérite d'apporteur de devises. Qu'enfin on allait mettre de l'ordre dans la promotion de nos produits.

Mais depuis cette déclaration, rien, sinon une Loi de finances punitive «بوه» على خوه.

En effet, la stratégie définie par le Président de la République comportait deux axes essentiels : promouvoir un tourisme digne, basé sur les nombreux atouts du pays insuffisamment exploités, et faire en sorte que l'argent du tourisme tunisien reste en Tunisie – ce que les économistes du Tourisme appellent «limiter les fuites».

Or le gouvernement et le Ministère des Finances ne semblent pas entendre les choses de la même oreille que le Président lui-même.

En effet, l'ONTT est aux abonnés absents quand les agences de voyages s'occupent en majorité de Omra et d'outgoing pour dépenser des devises chèrement acquises tout en profitant du statut d'entreprise touristique.

La promotion de la thalassothérapie est toujours confiée au ministère de la Santé,
le tourisme des jeunes est entre les mains du Ministre des Sports. Ce même Ministre des Sports qui se lamentait, à raison, il y a quelques mois, que certains jeunes tunisiens ne connaissaient pas leur pays ou n'avaient jamais vu une plage. Qu'a-t-il fait pour que cela change ? Rien. Même pas une seule nouvelle auberge de jeunesse, des auberges dont le nombre n'a pas bougé depuis des décades.

Pourtant j'avais modestement fait une proposition à l'administration du Tourisme pour la création d'un concept d'Auberge de Tourisme à «petit budget», s'adressant aussi bien au marché local qu'international, avec un cahier des charges spécifique et des mesures pour encourager les investisseurs nationaux et étrangers ; à l'instar de ce qui se passe dans certains pays européens qui se partagent un marché de 300 millions de touristes jeunes.

Cette mesure faisait partie d'un rapport pour sécuriser le tourisme tunisien et le rendre moins dépendant de la conjoncture internationale, avec comme mesure phare l'adoption des chèques vacances pour les ménages tunisiens à revenus limités. Des chèques qui seraient pris en charge, notamment, par les employeurs, et dont une partie des revenus irait au Tourisme social pour que le plus grand nombre de Tunisiens puissent connaître leur pays et leurs hôtels, et non pas seulement les voir à la télévision et accumuler les frustrations.

Et qu'est-ce qu'on a fait à la place ? Des discours démagogiques qui ne font

qu'augmenter la frustration des Tunisiens. Un harcèlement moral des entreprises du tourisme, désignées comme responsables de cette même frustration. Pire, au harcèlement moral on ajoute un harcèlement fiscal indiscriminé selon le principe «si ce n'est toi, c'est donc ton frère» ; les bons payeront pour les mauvais.

N'est-il pas temps de réconcilier le Tunisien avec un secteur clef et d'avoir une politique fiscale conforme à nos objectifs touristiques, et en premier lieu, garder en Tunisie les revenus du tourisme ? Une telle politique viserait à favoriser les agences de voyages qui font du réceptif, c'est-à-dire qui font entrer des devises dans les caisses de l'Etat. Une telle politique ne désavantagerait pas les quelques hôteliers courageux qui se passent des enseignes étrangères et, par là-même, ne génèrent pas des transferts de devises à l'étranger pour «management fees», «rapatriement des bénéfices ou des salaires» et autres. Une politique fiscale qui responsabiliserait les propriétaires et les pousserait à prendre en charge la gestion de leurs unités plutôt que de la confier à une entreprise étrangère.

A ce propos, il faut rappeler que le seul hôtel à afficher le meilleur label de qualité au monde (Leading Hotels of the World) est un hôtel à enseigne et gestion tunisienne.

D'autres hôtels dans de nombreuses régions s'échinent à garder leur indépendance vis-à-vis des grands tour-operators et groupes multinationaux. Dans cette «guerre pour l'indépendance», l'administration fiscale et celle du Tourisme devraient être leurs premiers alliés. Une telle politique stopperait l'hémorragie de devises et les «fuites» d'argent dont est victime le tourisme. Des fuites qui se font le plus légalement du monde puisque l'hôtel, le réceptif et l'avion sont entre les mains d'entreprises étrangères, et puisque nous promouvons les voyages à l'étranger : nous organisons même des salons pour ça.

En appuyant nos entreprises, nous ne ferons que marcher dans les pas de nos concurrents européens qui font tout pour que leurs candidats aux voyages choisissent de rester chez eux ; et s'ils optent pour une destination autre, l'argent qu'ils dépensent doit retourner au pays à travers leurs tour-operators, leurs compagnies aériennes et leurs hôtels implantés un peu partout.

C'est ainsi que l'Espagne, dans les années 90, voyant se développer le désir de ses citoyens de voyager à l'étranger a mis en place un programme de plusieurs milliards d'euros pour «l'internationalisation des entreprises du tourisme». Une aide qui s'est traduite par l'implantation, y compris en Tunisie, des Melia, Tryp et autres. Nous n'avons certainement pas les moyens d'une telle politique mais nous pouvons au moins nous abstenir d'accabler nos entreprises méritantes. Des entreprises presque toutes gérées par de vrais professionnels, dont certains ont hérité non seulement des hôtels mais aussi du patriotisme des pères fondateurs.

Cela fait presque deux ans que j'ai quitté le journalisme pour me consacrer à la création d'un organisme de promotion de la Tunisie en tant que destination pour le tourisme d'affaires et les congrès, le Tunisia Convention Bureau. Un organisme que je réclamaï à longueur d'articles. Il fonctionne aujourd'hui grâce à l'apport financier des hôtels et agences réceptives spécialisées. C'est ce même organisme qui vient d'organiser une journée de promotion du Tourisme d'affaires en Tunisie (le Tunisia MICE Day) entièrement financée par les professionnels (100 000 dinars).

Par cette création, nos professionnels démontrent leur capacité à se prendre en charge et à assurer la promotion du pays ; et surtout leur capacité à réussir en moins de temps et avec beaucoup moins de moyens

que

des programmes financés et portés à bout de bras par les bailleurs de fonds étrangers.

Il y a

urgence car tous, et notamment les agences réceptives (DMC), ne résisteront pas longtemps à l'appel des pays concurrents pour s'y installer. Maroc, Dubaï... certains Tunisiens ont déjà franchi le pas. Comment résister quand l'Autorité du tourisme de Dubaï vous envoie un chèque de 20 000\$ à chaque opération MICE réussie ?

Nous avons le tourisme que mérite notre stratégie et celle-ci semble se limiter à des discours. Notre problème est que nous oublions

qu'une stratégie est avant tout une allocation de moyens, et des arbitrages budgétaires au service d'une vision. Nous oublions qu'une stratégie s'applique

par et pour les entreprises, seules véritables actrices économiques du secteur,

seuls lieux de création de PIB et donc de croissance.

La cascade de taxes indiscriminées (il existe même une taxe de 2% sur le chiffre d'affaires TTC, donc une taxe sur la taxe, à laquelle on veut ajouter une autre taxe de 3% sur le chiffre d'affaires HT) prévues dans la nouvelle Loi de finances finira par décourager les plus patriotes parmi les entrepreneurs du tourisme. Si elle ne les pousse pas à s'expatrier, elle les poussera dans les bras de groupes étrangers pour devenir de simples rentiers puisqu'ils n'auront plus les moyens d'assurer ni l'entretien de leurs unités, ni la coûteuse promotion à l'étranger en dehors du diktat des conglomérats européens.

Si certains de nos décideurs semblent ne pas «aimer» les patrons tunisiens, on peut leur promettre qu'ils vont adorer les futurs propriétaires étrangers de notre secteur.

Lotfi Mansour

Consultant en Marketing Touristique

letourismemagazine.com est le blog de Lotfi Mansour

Stratégie, objectif, Kaïs Saïed et Hannibal

Stratégie par-ci, stratégie par-là... tant d'années à se gargariser avec ce mot qu'on a oublié qu'il ne désigne que les moyens à mettre en œuvre pour atteindre un objectif. Et quel était cet objectif ?

Il fut un temps où la réponse était : "amélioration de la rentabilité du secteur, doublement des recettes par touriste". Ce qui met "la recette par touriste" au centre des indicateurs d'évaluation de l'action des acteurs du tourisme, et les produits à haute valeur ajoutée comme le MICE, la thalasso ou le golf en tête de nos priorités. Au lieu de cela, on préfère continuer à parler exclusivement des entrées et des réservations de la haute saison, et notre stratégie se voit réduite à la taille de nos budgets, c'est-à-dire peu de chose.

Alors on s'aligne comme un seul homme derrière un ersatz de stratégie appelé "Tounes Wejhatouna" que finance l'Union Européenne. Lequel programme ignore superbement les produits à haute valeur ajoutée pour nous entraîner sur les sentiers (les "routes" ?) d'un tourisme durable qui ne durera que le temps des financements dont il a la gestion.

Quand on suit l'actualité du tourisme et du pays, on ne peut qu'être frappé par le paradoxe qui nous fait dire non au FMI, et oui à un programme qui s'acharne à nous parer du label "durabilité" pour plaire à des clients qui ne verront sur place que l'accumulation de déchets. Un programme qui se soucie comme d'une guigne de l'ACCEPTABILITE du tourisme par le Tunisien, laquelle acceptabilité passe par un programme de développement du tourisme local, meilleur garant d'un tourisme acceptable parce que partagé par le plus grand nombre, et meilleure sécurité pour le secteur contre les soubresauts de la conjoncture (*lire **notre article : la myopie des décideurs***).

Mais revenons à notre recette par touriste : la création du Tunisia Convention Bureau pour la promotion de la Tunisie en tant que destination MICE est une démonstration de la primauté de la volonté sur les "moyens". Le TCB est, en effet, créé par des professionnels qui ne comptent que sur leurs moyens propres (إمكانات ذاتية) comme dirait le Président de la République). Des professionnels dont l'objectif est de remettre la Tunisie sur la carte du MICE international et qui sont en train de l'atteindre grâce à la mise en commun de leurs petits moyens.

Et ce n'est pas un hasard si le mot d'ordre du TCB s'inspire du plus grand des stratèges, le général carthaginois Hannibal Barca : "Nous trouverons un chemin, sinon nous en créerons un".

Lotfi Mansour

*Cet article exprime l'opinion personnelle de son auteur, letourismemagazine.com étant devenu **le blog de Lotfi Mansour** comme annoncé en juin 2022.*

TCB, c'est parti !

Le TCB nouvellement constitué a tenu sa première réunion publique pour présenter ses objectifs et ses modalités de fonctionnement. En attendant d'autres réunions prévues dans les régions en vue de rallier le plus grand nombre de professionnels du MICE.

La première réunion publique du Tunisia Convention Bureau s'est tenue aujourd'hui 4 mai 2023 au Laico Tunis en présence de M. Moez Belhassine, Ministre du Tourisme, de la présidente de la FTH, Dorra Miled, et de son collègue de la FTAV, Ahmed Bettaieb, devant de nombreux professionnels du MICE.

Cette rencontre a permis la présentation du site **tunisiaconventionbureau.com**, en ligne depuis le 1^{er} mai, et de préciser le contexte de la création du TCB, les conditions de son efficacité ainsi que les modalités de son fonctionnement.

Ainsi, le Ministre du Tourisme a situé la création du TCB

dans l'approche globale de partenariat public/privé (PPP) qu'encourage l'administration. Mme Miled, de son côté, a insisté sur l'apport du secteur MICE à l'hôtellerie tunisienne tant en termes de revenus que pour atténuer les effets de la saisonnalité de son activité.

M. Bettaieb a souligné pour sa part la complémentarité entre la FTAV et le TCB, gage d'une coopération fructueuse pour les deux parties.

Un mode de fonctionnement équitable

Wiem Radhouane, présidente du TCB, a plaidé pour une adhésion des professionnels du MICE au TCB : *« Si, pour des raisons pratiques, nous avons été un petit nombre d'hôteliers et d'agences de voyages MICE à nous charger de la création juridique du TCB, sa véritable création doit se faire avec le plus grand nombre de professionnels et d'acteurs du MICE »* a-t-elle précisé.

Les professionnels présents ont semblé convaincus des objectifs du TCB et de la pertinence des actions envisagées. Ils ont porté leurs questions sur le mode de fonctionnement du groupement et son équité vis-à-vis de ses membres. Les réponses à ce sujet de la part des responsables du Convention Bureau semblent avoir emporté l'adhésion du plus grand nombre.

Ainsi, il a été précisé par Lotfi Mansour, Directeur Exécutif, que le TCB est **une structure égalitaire** de par la forme juridique GIE et de par ses choix statutaires. Notamment :

- devenir membre du GIE, c'est en devenir « actionnaire ». Ainsi le paiement de la cotisation d'adhésion entraîne (par décision de l'AG) une intégration au GIE en tant que membre au même titre que les fondateurs ;
- de par les statuts, les membres du TCB ont tous les mêmes droits et obligations. L'exercice de ces droits et obligations sera spécifié dans le règlement intérieur qui sera écrit par tous les membres, anciens et nouveaux, d'ici le mois d'août, un délai nécessaire à la participation de tous ;
- par définition, un GIE ne peut exercer l'activité de l'un de ses membres. De plus, la séparation entre la gérance (Comité Directeur) et la gestion opérationnelle (Direction Exécutive assurée par un consultant) est à même de garantir l'égalité entre les membres.

Après cette rencontre, l'équipe du TCB compte en organiser d'autres, notamment à **Sousse, Hammamet et Djerba**.

TCB : “Notre volonté est de relancer le MICE, notamment à l'international”

Entretien au journal Le Temps avec Lotfi Mansour, Directeur Exécutif du GIE Tunisia Convention Bureau, publié le dimanche 12 février 2023.

Le Temps : Vous avez activement contribué à la naissance du Tunisia

Convention Bureau en compagnie de nombreux professionnels Tunisiens du MICE.
La création de ce Convention Bureau signe-t-elle le grand retour du MICE en Tunisie ?

Lotfi Mansour : Notre volonté et celle de nos partenaires, notamment l'ONTT, est de relancer le MICE, notamment à l'international dans la foulée du retour du marché après le COVID. Cette relance passe par une structure fédératrice qu'est le TCB, lequel ne pouvait exister sans la mobilisation des professionnels du secteur.

La vraie bonne nouvelle, avec la naissance du TCB, c'est que les professionnels se mettent enfin ensemble pour replacer la Tunisie sur le marché du MICE, non pas par des discours mais à travers un plan d'action concret. C'est une première qui mérite d'être soulignée. L'autre bonne nouvelle est que nos hôtels et agences spécialisées n'ont pas cessé d'investir malgré la chute du marché MICE ces 10 dernières années. C'est ainsi que la destination offre de nouvelles belles unités équipées pour le MICE dans beaucoup de régions, et que nos agences sont capables d'organiser les réunions en virtuel ou en hybride comme en présentiel.

Pourquoi le choix de René Trabelsi, président d'honneur du TCB ?

D'habitude, ce poste honorifique est créé pour profiter du prestige ou du réseau d'une personne du domaine. Au TCB, nous visons également à profiter de l'expertise de René Trabelsi, notamment dans

l'aérien, et de sa présence en Europe. De plus, le TCB sera amené à défendre la candidature de la Tunisie pour l'accueil de grands événements ou congrès et M.

Trabelsi a démontré qu'il sait être un bon avocat pour son pays. Vous comprenez

que, pour nous, la question qui se posait était de savoir s'il accepterait ou non de nous sacrifier un peu de son temps, et il a accepté sans hésitation.

Quel est l'objectif de l'organisation de Tunisia MICE Day ?

Les professionnels tunisiens vivent au rythme des salons et workshops internationaux qui restent la meilleure occasion de rencontrer en nombre et en direct des acheteurs étrangers. Le Tunisia MICE Day ambitionne de devenir ce type de rendez-vous annuel où les acheteurs (ainsi que les journalistes) étrangers viennent en Tunisie pour juger sur place de l'offre du pays, via un programme de visites de 2 jours, et pour rencontrer leurs homologues tunisiens. Le Tunisia MICE Day est aussi un colloque où seront présentés les résultats d'une enquête annuelle que nous réaliserons ; et il est enfin une soirée de gala où seront décernés les prix Challenge MICE pour les meilleurs opérateurs du secteur. C'est donc un important vecteur de promotion du MICE en Tunisie.



Où se positionne la Tunisie aujourd'hui pour l'accueil des congrès et d'événements ? Est-ce une destination d'affaires ?

Elle est loin d'exploiter tout son potentiel, d'autant plus que les crises du tourisme en général et la faiblesse de notre budget de promotion ont entraîné une concentration des efforts sur les produits grand public. Il ne faut pas se leurrer : la Tunisie est plus une destination d'incentives que de congrès. Tunis ne figure pas et ne figurera pas de sitôt dans le Top 25 de l'ICCA (International Congress and Convention Association) dans lequel Dubaï, par exemple, malgré ses atouts et ses investissements, ne figure qu'au 21^e rang mondial (classement 2022). D'ailleurs, le TCB compte bien devenir membre de l'ICCA qui est une sorte de club mondial des organisateurs de congrès.

L'offre hôtelière est-elle suffisante quantitativement et qualitativement pour attirer de grands événements internationaux ?

Sur les 10 dernières années, le fléchissement de l'activité MICE est intervenu dans un contexte d'augmentation de la capacité d'accueil et de réunions dans de nombreuses régions et notamment

Tunis, avec souvent des enseignes internationales (Mövenpick, Hilton, Marriott, Anantara etc.) et donc des standards de service internationaux. Non, s'il y a manque, il est peut-être du côté des centres de congrès dans certaines régions. Cependant, l'offre s'évalue aussi en termes de sites naturels ou historiques que nous avons et que nous n'exploitons pas suffisamment : l'amphithéâtre de Carthage ou celui d'El Jem, le fort de Hammamet ou même la Table de Jugurtha sont de magnifiques sites d'événements dont la capacité d'accueil se chiffre en milliers de personnes. A Tunis, la capacité actuelle pour les congrès, en dehors des salles des hôtels, reste sous-exploitée ; c'est le cas de la Cité de la Culture avec son théâtre de 1 800 places et ses divers autres salles et espaces d'exposition. A défaut d'un Convention Center en bonne est due forme, Tunis dispose quand même d'une salle modulable de 5000 m² au Parc du Kram, d'une salle de 1500 places au centre de l'UTICA, et bien d'autres.

L'infrastructure, le manque de personnel compétent et l'environnement handicapent souvent la tenue de grands congrès en Tunisie..

Je remarque que vous êtes focalisé sur « les grands congrès » pour lesquels la concurrence se joue souvent entre les grandes capitales d'affaires telles que Barcelone, Berlin, Vienne ou Paris. La Tunisie joue dans une autre catégorie mais ne manque pas de cartes à jouer, notamment pour les incentives et les réunions de taille moyenne. Pour le secteur de la santé par exemple (premier pourvoyeur de congrès en Europe, 20% du volume total), la Tunisie ne manque pas de professeurs et de médecins de renommée pour plaider sa cause. Quant à l'environnement dans certaines agglomérations, c'est certainement un handicap auquel il faut remédier.

On parle peu du MICE en Tunisie. Y a-t-il une stratégie pour restructurer cette niche au ministère du Tourisme ?

Le TCB est une tentative de structuration du secteur dans une perspective de synergie entre l'Administration et les professionnels. L'idée d'une commission mixte ONTT/TCB pour promouvoir le secteur a été bien accueillie tant par le Ministère que par l'ONTT. Le Tunisia MICE Day, par exemple, sera un test de la qualité de cette coopération public/privé.

Création du GIE Tunisia Convention Bureau

C'est finalement sous la forme d'un GIE à caractère Civil que le Tunisia Convention Bureau s'est constitué sous le nom de Centre Tunisien de Promotion du Tourisme d'affaires ; TCB étant son appellation et marque commerciale, déposée comme telle à l'INNORPI.

Lors d'une assemblée générale tenue à l'hôtel The Residence vendredi 3 février, les onze fondateurs ont décidé d'entamer **l'élargissement du TCB** à l'ensemble des opérateurs spécialisés. A cet effet, une **réunion avec les professionnels du secteur** sera organisée au début du mois de mai, date à laquelle le **site web** dédié au MICE sera opérationnel.

Autre décision de l'AG, le report de la rédaction finale du Règlement intérieur du GIE en vue d'y inclure les propositions et avis des futurs membres.

Tunisia MICE Day : un évènement annuel pour promouvoir la destination

Le **Tunisia MICE Day (TMD)** est l'autre projet par lequel le TCB compte «

améliorer l'attractivité de la destination à l'international et drainer une nouvelle clientèle ».



En effet, cet événement (**une conférence + un workshop + une soirée de gala**) se tiendra annuellement en partenariat avec notamment l'ONTT. Il devrait permettre aux partenaires et journalistes étrangers de mesurer sur place le vrai potentiel de la destination, de rencontrer les professionnels tunisiens et de se fournir en nouvelles idées d'évènements et de programmes MICE.

Pour rappel, René Trabelsi a aimablement accepté d'être le **Président d'honneur** du TCB. Les 10 membres fondateurs constituant le **Comité de direction** sont les suivants :

- Présidente : Wiem Radhouane (Barclays Travel)
- Vice-président : Jamel Bel Haj Yahia (Iris Tours)
- Secrétaire Général et Président du Comité Marketing & Communication : Arslene Letaief (Imagine Events)
- Président Comité Evènements : Mohamed Jerad (Radisson Blu Palace, Djerba)
- Président Comité Incentives : Sami Mathlouthi (Terre d'Ailleurs)
- Co-présidents Comité Congrès & Séminaires : Hédi Benzarti (The Residence) et Kheireddine Elloumi (Creative Tunisia)
- Président Comité Relations internationales : Zied Maghrebi (Mövenpick Sousse et Gammarth)
- Président Comité Tourisme durable : Naceur Mrabet
- Chargé des commissions mixtes : Sahbi Akkari (agence Be Mice, hôtel La Forêt)

La **Direction exécutive** est attribuée à Lotfi Mansour.

