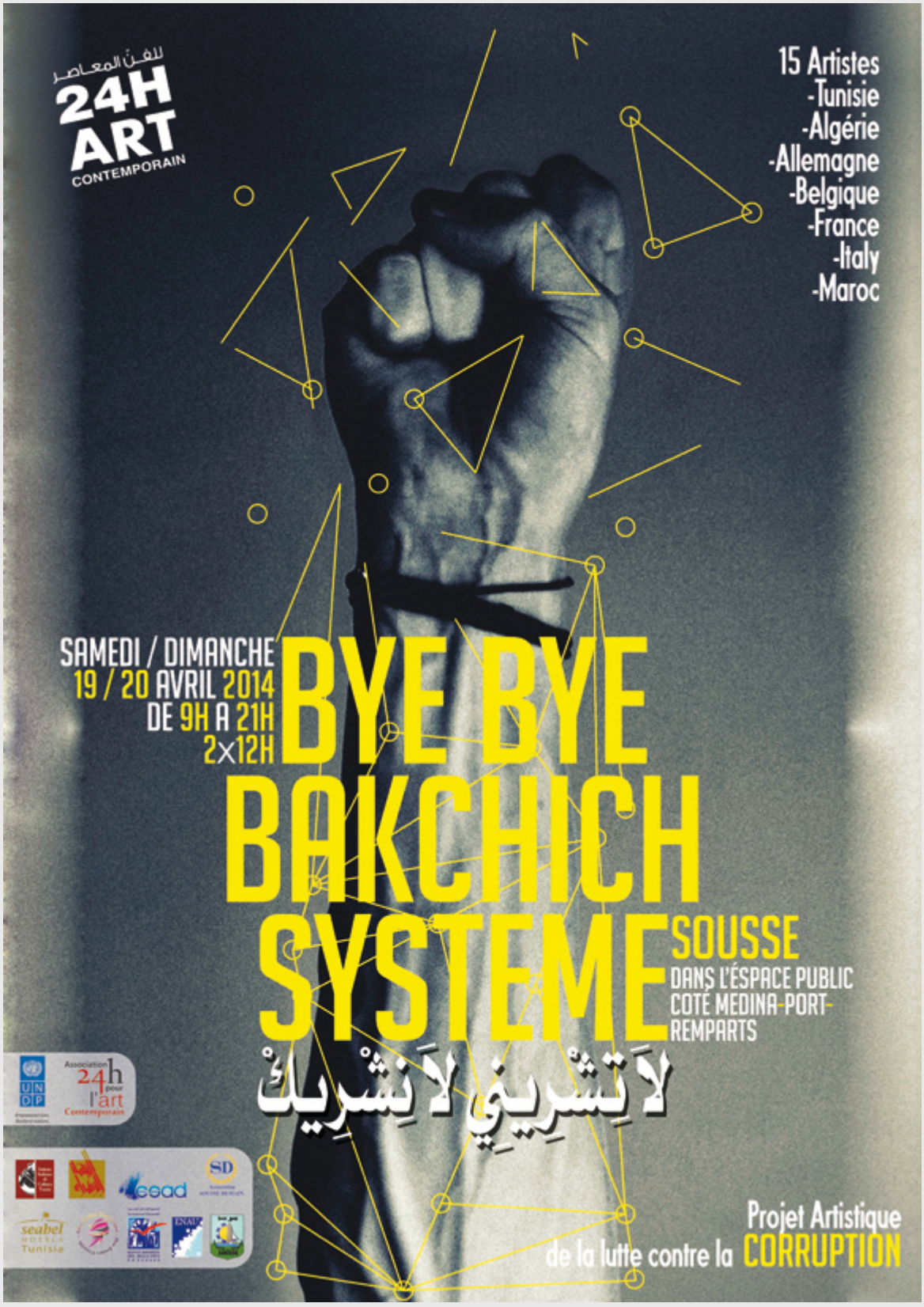
Bye Bye Bakchich à Sousse

L’association 24HPAC (24 heures pour l’art contemporain) organisera ce week-end une manifestation dans la ville de Sousse, sur le port et autour de la Médina. Etalé sur les deux journées du 19 et du 20 avril, l’événement sera ludique et interactif. Le public sera sollicité dans un espace dédié aux échanges et à travers des installations développant une thématique très actuelle : la corruption. La manifestation est en effet placée sous le titre : Bye Bye Bakchich Système.

Après le succès de Dream City dans la Médina de Tunis, c’est donc au tour de celle de Sousse de mettre l’art contemporain à la portée de tous. Un groupe hôtelier, Seabel Hotels, compte parmi les sponsors de l’événement.
L’association 24HPAC a déjà organisé l’an dernier l’événement De Colline en Colline simultanément à Sidi Bou Saïd, Takrouna et Chénini.


للفن المعاصر
24H
ART
CONTEMPORAIN
15 Artistes
-Tunisie
-Algérie
-Allemagne
-Belgique
-France
-Italy
-Maroc
SAMEDI / DIMANCHE
19 / 20 AVRIL 2014
DE 9H A 21H
2X12H
BYE BYE
BAKCHICH
SYSTEME
SOUSSE
DANS L'ÉSPACE PUBLIC
COTÉ MEDINA-PORT-
REMPARTS
لاَ تِشْرِينِي لاَ نِشْرِيكْ
Association 24h pour l'art Contemporain
Projet Artistique
de la lutte contre la CORRUPTION

Wahida Djaït est nommée DG de l’ONTT

Comme nous l’annoncions hier, Wahida Djaït a officiellement été nommée aujourd’hui Directrice Générale de l’ONTT en remplacement de Khaled Trabelsi. Celui-ci est nommé PDG de l’Agence Foncière Touristique à la place de Habib Ferchichi, qui devient PDG de la Société du Golf (La Soukra). Sarra Titaye, jusqu’ici Directrice de la Formation, est nommée PDG de la Société des Loisirs Touristiques.

Nouveau DG à l’ONTT ?

Wahida Djaït pourrait être nommée incessamment Directrice générale de l’Office du Tourisme.

Les couloirs de l’ONTT bruissent depuis quelques jours de la nomination imminente d’un nouveau Directeur Général à l’ONTT en remplacement de Khaled Trabelsi, DG intérimaire depuis deux mois. Il s’agirait en l’occurrence d’une Directrice Générale en la personne de Wahida Djaït, actuelle représentante de l’Office du Tourisme à Londres. Celle-ci aurait été invitée à rencontrer Amel Karboul demain lundi pour en parler.

La compétence de Mme Djaït n’est plus à prouver. En revanche, les conditions de sa future nomination laissent perplexes bon nombre de cadres de l’ONTT. En effet, selon une rumeur persistante, Wahida Djaït était jusqu’ici pressentie par la Ministre au poste de Directrice Centrale du Marketing à la place de Néji Ben Othman, auquel Amel Karboul aurait signifié dès sa prise de fonction au Ministère qu’il était indésirable. Cette rumeur était si persistante que l’intéressée a passé ces deux derniers mois à la démentir auprès de ses collaborateurs et de la presse.

Seulement voilà, Amel Karboul se serait rendu compte que Wahida Djaït était chef de division, un échelon administratif qui ne lui permettait pas d’accéder au poste de Directeur Central. D’où cette décision de la nommer à

un poste qui n’obéit pas aux critères administratifs mais aux seuls desideratas politiques, à savoir la Direction Générale.

Un véritable cadeau empoisonné pour Mme Djaït. Elle devrait, si sa nomination est confirmée, s’en expliquer devant les syndicats de l’ONTT dont l’un des chevaux de batailles est justement la gestion des carrières au sein de l’ONTT et la clarification des critères de promotion de son personnel.

Premier trimestre en baisse : leçons d’une contreperformance

Ce qu’il y a de mauvais dans les chiffres, c’est qu’ils sont têtus et que les belles paroles ne suffisent pas à les changer. Les entrées européennes du premier trimestre affichent, selon l’ONTT, une baisse de 6%, soit une perte de 17 000 clients européens par rapport à 2013, et de 149 000 clients par rapport à 2010. Une baisse constatée sur la plupart des marchés (18 marchés sur 29) et notamment les marchés anglais (-11,4%), français (-4%) et allemand (-3,8%).

Cette contreperformance est due essentiellement à un mois de mars médiocre, les marchés anglais, français et allemand reculant respectivement de 19%, 5,2% et 6%. Pour l’ensemble des marchés européens, le mois de mars est en recul de 6,8%. Manifestement, « l’effet Karboul » se fait encore attendre.

A cette étape de la saison, on se devrait de préciser certaines réalités et en tirer les conclusions pour rectifier le tir.

– Ce qui fait une bonne ou une mauvaise année, c’est un bon ou un mauvais hiver/printemps. En été, et sauf événement exceptionnel, la Tunisie fait le plein (elle faisait même du surbook) tant que les agences de voyages et les TO n’ont pas trouvé de destination balnéaire moyen-courrier de remplacement qui soit équivalente à la nôtre en qualité et en prix.

– Les bons hivers, c’est surtout la clientèle senior dont la promotion est

aujourd’hui laissée à l’Office du Thermalisme. C’est celui-ci qui assurera, par exemple, la participation tunisienne au Salon des Seniors qui s’est ouvert hier à Paris. L’ONTT doit reprendre l’initiative sur ce marché.

– Ce qui fait les bons hivers, ce sont aussi les produits de niches tels que la thalasso (léguée elle aussi à l’Office du Thermalisme), le MICE ou le golf, auxquels notre ministère ne semble accorder ni intérêt ni budget.

Pour l’été, les jeux sont faits

Il nous faut souligner une ou deux petites choses essentielles dans la commercialisation d’une destination comme la nôtre. Les contrats d’allotement d’avions, et donc de lits, pour une saison sont faits une année à l’avance en fonction de la conjoncture et du climat régnant durant l’année de signature. Un changement de climat sociopolitique favorable, comme celui qui s’est produit chez nous, n’incitera pas automatiquement les TO à prendre plus de sièges d’avion parce que ces sièges n’existent plus sur le marché, ou si peu, à des prix charter.

Toutes les compagnies aériennes nationales, à commencer par Tunisair, redéploient leurs capacités vers le régulier (voir notre article sur **Tunisair Allemagne**), beaucoup plus rémunérateur. Elles n’injectent, en cas de reprise de la demande comme c’est le cas cette année, qu’une capacité supplémentaire minime aux alentours de 10%. Conséquence pour cet été : une partie de la demande touristique nouvelle ne sera pas satisfaite faute d’avions, et les prix pour les TRE grimperont en flèche.

Les publicités que nous voyons passer aujourd’hui sur des chaînes TV européennes serviront à créer un intérêt pour la destination alors que celle-ci ne sera pas mise en avant chez les distributeurs faute de disponibilités sur les avions. Même parmi les hôtels, certains affichent depuis un moment un « Stop Sale » pour l’été…

Dans ces conditions, le travail de l’administration et, à sa tête, de la Ministre du Tourisme aurait dû être de solliciter nos compagnies aériennes et les TO pour injecter plus de capacités et alléger la prise de risque pour les TO. Il aurait aussi fallu réunir les TO tunisiens en Europe (qui pèsent quand même quelques centaines de milliers de clients) pour les inciter à lancer des vols supplémentaires sur la destination.

Enfin, vendre une destination est aussi une affaire d'intendance. Or l'intendance est assurée chez nous par un Office du Tourisme complètement démobilisé. Son Directeur Général intérimaire n'a pas l'autorité nécessaire pour agir, sans parler du Directeur central du Marketing auquel la Ministre a signifié dès son arrivée qu'il était sur un siège éjectable. Confirmer ces cadres dans leurs fonctions ou les remplacer, telle est la décision que la Ministre a eu tort de ne pas prendre plus tôt.

Tunisair : mieux vaut tard que jamais

A l'issue d'une réunion ministérielle tenue hier en présence du Ministre du Transport, le gouvernement semble avoir admis la nécessité de l'application du Plan de redressement de Tunisair qui suppose, entre autres mesures, le départ de quelque 2000 salariés. Cette décision, même si elle est tardive, permettrait à la compagnie nationale d'espérer apurer sa situation financière (voir **notre article**).

En effet, l'application de ce plan suppose la prise en charge par l'Etat de certaines dettes contractées par Tunisair vis-à-vis de quelques organismes publics ainsi que de l'indemnité de départ prévue par le Plan social.

Il reste à espérer que cette décision sera rapidement suivie d'effet.

Tunisair Allemagne mise sur le régulier

La troisième fréquence de la ligne Munich-Tunis de Tunisair vient d'être inaugurée mercredi 2 avril. Pour Sami Blidi, représentant général de la compagnie en Allemagne, il s'agit de répondre à l'accroissement du trafic individuel sur cet axe qui, depuis trois ans, permet de compenser la baisse du trafic TO (et notamment du TO local FTI) en maintenant le nombre de

passagers stable à environ 20 000 par an.

Cette troisième fréquence en milieu de semaine devrait permettre une meilleure répartition du trafic et satisfaire par exemple la clientèle seniors ou celle des short city trips. Elle intéressera aussi la communauté tunisienne de Munich qui s'élève à plus de 20 000 personnes. Il s'agit d'un vol à l'année, contrairement au nouveau vol Munich-Tunis annoncé par Lufthansa qui opérera en été seulement. Fethi Mejri, représentant de Tunisair à Munich, juge possible une croissance de 40% du trafic à partir de Munich (par rapport à un total d'environ 50 000 passagers en 2013 vers Tunis, Enfidha et Djerba).



Fethi Mejri (Tunisair Munich) à l'enregistrement du nouveau vol Munich-Tunis. Sami Blidi, représentant général de Tunisair en Allemagne. La cérémonie d'inauguration, animée par une danseuse orientale, était co-organisée par l'aéroport de Munich où Tunisair fête ses 45 ans d'implantation.

« Booster l'axe Tunis »

Sami Blidi estime également que l'axe Francfort-Tunis est saturé, ce qui justifie l'ouverture d'une sixième fréquence (le jeudi). En effet, le trafic est passé de 42 000 passagers en 2010, avec un taux remplissage de 66%, à près de 57 000 en 2013 avec un remplissage de 72%. Ces deux nouveaux vols seront soutenus par des tarifs individuels "super promo" de 224€ A/R (TTC) depuis Munich et 234€ depuis Francfort.

Pour « booster l'axe Tunis », qui est composé à 40% de voyageurs individuels, Tunisair Allemagne envisage enfin de lancer l'an prochain un nouveau vol Düsseldorf-Tunis. Un axe très concurrentiel puisque cette ville est proche de Cologne où est basée Germanwings, la filiale low cost de Lufthansa. Ces nouveaux vols répondent à l'objectif stratégique d'orienter la compagnie vers l'activité régulière, explique Sami Blidi. En effet, l'activité charter de Tunisair sur l'Allemagne a diminué de plus de moitié depuis 2010, sa part n'étant plus que de 38% du trafic total – elle était de 75% en 2001.

Pour mieux satisfaire les tour-opérateurs, une nouvelle politique de prix variables selon les dates leur est désormais proposée. Au total, Tunisair Allemagne table sur une progression du trafic de 29% en 2014, dont 41% sur le régulier et 10% sur le charter.

Après une mauvaise année 2013, cela reviendrait à retrouver (voire améliorer un peu) le niveau de trafic de 2012, soit environ 400 000 passagers. Des prévisions confortées par le bon niveau de réservations annonçant « un boom des ventes » pour cet été.

Rappelons que sur l'ensemble de ses lignes, Tunisair table sur une progression de 8,1% pour atteindre plus de 4 millions de passagers en 2014.

TRAFIC (Pax)	2010	2011	2012	2013	variation 2013/2012	variation 2013/2010
Régulier	176 469	196 278	211 328	192 079	-9,1%	8,8%
Part du trafic	41%	54%	54%	62%		
Charter	252 919	170 284	181 695	118 345	-34,9%	-53,2%
Part du trafic	59%	46%	46%	38%		
Total	429 388	366 562	393 023	310 424	-21,0%	-27,7%

Source : Tunisair Allemagne

Luxair Tours confiant dans la destination

Un petit événement passé inaperçu : l'atterrissage à l'aéroport d'Enfidha, le 22 mars, du vol inaugural d'un nouveau Boeing 737/800 acquis par Luxair Tours, avec à son bord des journalistes et 150 agents de voyages ainsi que le staff du TO.

Réalisant dans le passé quelque 50 000 clients essentiellement sur Djerba, Luxair Tours a décidé depuis peu de s'étendre au reste de la Tunisie. D'où ce vol inaugural sur Enfidha utilisé comme aéroport de desserte des régions limitrophes (Hammamet, Sousse…).

Ce choix s'explique par une volonté du TO de s'investir sur la destination ; mais il n'est sans doute pas sans rapport avec la nomination, depuis janvier 2014, d'un cadre tunisien, Tarek Baccouche, au poste de Directeur de la production et Contracting manager pour la Tunisie et Malte. Tarek Baccouche a gagné ses galons au sein de Luxair Tours en relevant le défi, en 2008, de faire de Djerba la première destination mondiale du TO. Depuis, ce titre est passé à Palma de Majorque. Mais Tarek Baccouche ne renonce pas à réitérer son exploit au cours des prochaines saisons.

Rappelons que les TO européens qui ont fait appel à des Tunisiens pour des postes à ce niveau de responsabilité se comptent sur les doigts d'une seule main. On peut citer DER Touristik (Foued Lejmi), Blue Style (Walid Triter) ou Meeting Point/FTI (Chafii Mrouki).



Tarek Baccouche, Directeur de la production et Contracting manager pour la Tunisie et Malte au sein de Luxair Tours.

Tunisair : 65 ans et toutes ses dents

Il fallait donner le change. Et c'est ce qu'ont fait le PDG de Tunisair, Rabah Jerad, et son staff lors de la conférence de presse organisée vendredi 28 mars à l'Acropolium de Carthage à l'occasion des soixante-cinq ans de la compagnie. Une rencontre qui a été suivie d'un dîner offert en l'honneur de ses partenaires (TO, agences de voyages…).

Pour Rabah Jerad, le temps n'était visiblement pas au règlement de comptes avec son actionnaire principal, l'Etat, dont les décisions d'hier *(voir ci-dessous)* ont grevé les finances de la compagnie, et dont la non-décision actuelle d'appliquer le **plan de relance préconisé depuis février 2012** continue de la pénaliser. Sans expliciter le coût de cette non-application, la compagnie avertit cependant que son déficit financier *« pourrait dépasser 100 millions de dinars par an si aucune mesure n'est prise »*.
En attendant, Tunisair vise une réduction de ses coûts de 30 millions de dinars par an. La compagnie se réjouit des bonnes prémisses de l'année en cours pour laquelle elle prévoit une croissance du nombre de passagers de

8,1% par rapport à 2013, avec 4 millions de passagers prévus.

Tout en annonçant le report des vols long-courriers (la liaison Tunis-Montréal, prévue pour juillet 2013, est reportée à 2015), Tunisair annonce de nouvelles dessertes pour cet été, notamment pour l'Irak (Erbil) et le Ghana (Accra) ainsi que de nouvelles fréquences sur l'Allemagne (sixième fréquence sur Francfort et troisième fréquence sur Munich).
Par ailleurs, la compagnie nationale est en discussion avec Emirates pour la mise en place de vols en codeshare sur Tunis-Dubaï. Ceux-ci pourraient débuter dès octobre 2014, permettant ainsi à Tunisair de se retirer de l'exploitation directe de cette ligne. Il ne reste plus qu'à souhaiter que le gouvernement agira cette fois-ci avec plus de diligence que ces deux dernières années.



Rabah

Jerad, PDG de Tunisair, et son staff le 28 mars à l'Acropolium de Carthage.

Quand l'Etat enfonce Tunisair

Les gouvernements successifs, avant et après le 14 janvier 2011, portent la plus grande part de responsabilité dans la dégradation des finances de Tunisair. Jugez-en :

– en 2009, la Présidence de la République décide l'achat d'un A340 et son aménagement en avion VIP pour la bagatelle de 185 millions de dollars (près de 225 millions de dinars, quasiment les pertes cumulées de Tunisair des

années 2011 et 2012) pris en charge entièrement par Tunisair au moyen de sept crédits bancaires. Cet avion, proposé à la vente, ne trouve pas d'acheteur mais engendre des coûts pour son entretien et son stationnement à Bordeaux en France ;

– en février 2011, Tunisair voit ses effectifs augmenter de 1000 personnes suite à l'intégration des filiales et à l'alignement des salaires sur ceux de Tunisair ;

– les taxes aéroportuaires représentent 30% des charges de la compagnie. Entre 2009 et 2013, ces taxes ont augmenté de 35% du fait qu'elles sont indexées sur l'euro, alors qu'elles sont payables en dinars – comprenne qui pourra.

Syphax Magazine : le Canada à l'honneur

Le numéro 4 de Syphax Magazine, l'inflight de la compagnie Syphax Airlines édité par MCM, paraîtra le 1er avril – et ce n'est pas un poisson d'avril ! En l'honneur de l'ouverture prochaine de la ligne directe Tunis-Montréal (à partir du 25 avril), ce nouveau numéro emmènera ses lecteurs à « Montréal, ville joyeuse et multicolore » ; une cité cosmopolite réputée pour son animation, ses restaurants et sa qualité d'accueil. Célébrant les bonnes relations entre le Canada et la Tunisie, le magazine consacre aussi une longue interview à l'ambassadeur Sébastien Beaulieu.

A lire aussi : « Djerba, l'île de tous les possibles ». A voir : l'album de photos sous-marines de Selim Baccar.

Feuilletez **Syphax Magazine n°4**

*Pour plus d'informations sur Syphax Magazine, contacter MCM (71 74 98 88 – ou en remplissant le **formulaire**)*

Lancement du vol Syphax pour Montréal

C’est vendredi 25 avril à 12h45 que décollera de l’aéroport Tunis-Carthage le premier vol commercial de Syphax Airlines reliant Tunis à Montréal. Ce vol hebdomadaire tant attendu est synonyme, pour les voyageurs tunisiens et canadiens, de gain de temps et d’argent puisque la durée de vol est estimée à 7h30 environ et que le prix sera parmi les plus compétitifs du marché (à partir de 1601,500 DT en classe économique et 4000 DT en business).

Ce vol sera assuré par un Airbus A-330-200 de 278 sièges, dont 251 en classe économique et 27 en classe Affaires. Il marquera le début d’un développement prometteur des échanges entre la Tunisie et le Canada en offrant de nouvelles perspectives au transport des personnes et des marchandises. Des échanges qui ont crû de 600% en 2012/2013 pour atteindre les 320 millions de CAD.

Il contribuera certainement à relancer le tourisme des Canadiens en Tunisie, qui est tombé de 17 000 arrivées en 2010 à moins de 10 000 en 2013. Sébastien Beaulieu, ambassadeur du Canada en Tunisie *(photo)*, croit à l’apport de ce vol pour les touristes canadiens : *« Avec ce vol direct, nous avons l’ambition de revenir au niveau de 2010 et de le dépasser »*, nous a-t-il déclaré.

