Feuille de route : il faut rectifier le tir

La nouvelle Feuille de route du tourisme tunisien, promise par le ministère, s'avère une copie remise au goût du jour de la "Stratégie 2016" élaborée avant le 14 Janvier. Une actualisation qui laisse de côté l'essentiel, à savoir l'amélioration de la compétitivité du secteur et la restructuration de l'ONTT. Afin de permettre le débat le plus large possible autour de cette Feuille de route, nous en publions la version encore "provisoire" (voir **notre document**) assortie de nos commentaires.

En apparence pleine de mesures nouvelles et d'actions immédiates appelées "Quick wins" (gains rapides), la Feuille de route sert surtout, en réalité, à faire gagner un peu de temps à l'administration. Ce document contient des mesures certes utiles pour la plupart. Certaines ont déjà connu un début d'exécution depuis 2010, mais elles ne peuvent remplacer une politique.

La Feuille de route que nous sort le ministère du Tourisme, après cinq mois de gestation, cache mal l'absence d'une nouvelle ambition pour le tourisme tunisien. Ces "mesurettes" ne seront, en l'absence d'une vision nouvelle, que de l'aspirine – selon le terme utilisé par le Ministre lui-même –… avant que ce grand malade qu'est le tourisme ne soit obligé de passer au bloc opératoire.

En effet, **si l'urgence d'apporter des solutions plaide pour l'utilisation d'une stratégie héritée du gouvernement d'avant le 14 Janvier, on ne comprend pas pourquoi cette même stratégie a été amputée d'un axe essentiel comme la réforme du cadre institutionne**l, et notamment la réforme de l'ONTT. On comprend mal aussi l'oubli du chantier de l'amélioration de la compétitivité de nos entreprises, mise à mal après la Révolution, vu que ce sont ces entreprises qui nous permettront de réaliser la croissance espérée. Encore moins compréhensible, l'augmentation de la dépense moyenne par touriste – que l'étude Roland Berger prévoyait pourtant de doubler à l'horizon 2020 – n'a pas été citée par le Ministre dans les nombreuses interviews qu'il a accordées à ce sujet.

Pour toutes ces raisons (que nous détaillons ci-après), nous espérons que le ministère rectifiera le tir avant l'adoption de la version finale de cette Feuille de route.

Recettes en berne, un mal qu'on préfère oublier

Avec quelque 500 DT de recette par touriste (et seulement une centaine de dinars par nuitée), notre destination a toujours été détentrice du record de la plus faible recette par touriste parmi ses concurrents en Méditerranée (celles du Maroc, de la Turquie ou de l'Egypte se situant autour de 1000 dinars). Ceci n'a pas empêché nos ministres successifs de célébrer tous les ans, tous les mois et toutes les semaines, « les bons chiffres » des entrées aux frontières. Pire, **notre croissance en termes de nuitées et d'entrées s'est accompagnée ces vingt dernières années d'une érosion de notre part de marché et d'une quasi stagnation de notre part dans les recettes touristiques** (autour de 1% en Méditerranée et 0,2% des recettes mondiales) alors que des concurrents comme l'Egypte ou la Turquie multipliaient leur part par trois.

Loin de rompre avec cette mauvaise habitude, l'actuelle administration, pressée de redorer son blason auprès de l'opinion publique, la perfectionne. C'est ainsi qu'en l'absence d'une croissance réelle, on parle d'une limitation de la baisse de 50% ; un chiffre magique que quelques journaux ont vite converti en taux de croissance, écrivant par erreur que le nombre des entrées serait en augmentation de 50%.

Mais la forte chute des recettes en 2011, comme celle probable de cette année, ne semble chagriner que les seuls professionnels alors qu'elle affecte directement notre PNB. D'ailleurs, la contribution du tourisme à la croissance économique n'a cessé de s'éroder jusqu'à devenir nulle en 2009 et négative en 2011.

On aurait cru que de tels chiffres alarmeraient un gouvernement issu de la Révolution. Dans les faits, la nouvelle Feuille de route ne mentionne aucune mesure spécifique pour remédier à ce mal. C'est ainsi que le secteur MICE, générateur de recettes 3 à 4 fois supérieures à celles de la branche loisirs, ne bénéficie ni de stratégie et de budget spécifiques, ni de structure dédiée si ce n'est une cellule MICE sans moyens. Cette cellule, faut-il le rappeler, avait été créée en 2010 par le ministre Slim Tlatli, auquel on doit aussi la création d'une cellule Golf ainsi que l'ouverture du chantier des maisons

d’hôtes.

La thalassothérapie est une autre branche génératrice de recettes. Mais sa promotion est confiée depuis trois ans à l’Office du Thermalisme qui n’a ni la vocation ni l’expertise pour le faire, et dont l’action se résume à une participation annuelle à un ou deux salons.

Certes, la perspective de l’Open Sky laisse espérer un développement du tourisme individuel ; mais celui-ci n’est pas forcément garant de meilleures recettes par touriste. Il nous reste alors le tourisme culturel. Mais on ne sait rien sur le programme envisagé, sinon que 2,8 milliards seront dépensés (déclaration de M. Fakhfakh sur Nessma TV) pour promouvoir avec “Atout France” *« 4 sites culturels et naturels prioritaires »*. Pourquoi 4 et non pas 7 comme le nombre de sites inscrits sur la liste de l’UNESCO ? et pourquoi “Atout France” dont l’expertise et l’impartialité sont **sujets à débat** en France même ?

Réforme des structures : circulez, il n’y a rien à voir

Toutes les études menées ces dix dernières années insistaient sur la nécessaire réforme de l’ONTT et la participation des professionnels dans la prise de décision, notamment par la création d’une structure mixte “public/privé” pour se charger de la promotion et de la commercialisation du secteur. L’étude du cabinet Roland Berger prévoyait une réorganisation du ministère du Tourisme et un recentrage de l’ONTT sur sa mission de promotion.

Après la Révolution, on s’attendait légitimement à une clarification des rôles de l’ONTT et du ministère, et surtout à un début de *« renforcement du rôle du secteur privé dans la gouvernance du secteur »*, comme le prévoyait l’étude Roland Berger.

En lieu et place, la “nouvelle réforme” oublie cette recommandation relative à l’ONTT et ne retient que la création d’une *« unité de pilotage par objectif »*. Celle-ci aura, selon Elyes Fakhfakh, la mission de *« veiller à la mise en place de la stratégie de développement du tourisme »* ; elle sera, comme il se doit, présidée par le Ministre lui-même.

De plus, cette unité non encore créée *« demandera »*, selon son non encore président Elyes Fakhfakh, la création d’un *« Conseil Supérieur du Tourisme »*

qui aura, lui, *« l'autorité suprême dans le secteur »* (sic).

En fait de nouveauté, il s'agit d'un retour au bon vieux Conseil Supérieur du Tourisme créé par Ben Ali en 2005, qui lui permettait de gérer directement le secteur et les professionnels par Premier Ministre interposé. Il s'agit donc bel et bien d'une tentative de concentration de tous les leviers du secteur entre les mains du Ministre et de son chef de gouvernement.

Quid alors de l'ONTT et de sa réforme? La réponse du ministère est "Quick wait" : il est urgent d'attendre. Attendre la disqualification totale d'un Office en mal de réforme depuis une vingtaine d'années. L'ONTT deviendrait ainsi une coquille vide, sans cadres compétents et sans mission définie, à part l'exécution de tâches qu'on voudrait bien lui confier.

Pour ce qui est des professionnels, ils ne compteront pas plus qu'au temps de l'ancien régime. En l'absence de texte de loi et de structures dédiées, les promesses pour *« plus de décentralisation et plus de partenariat public/privé »* d'Elyes Fakhfakh n'engagent que ceux qui les croient.

Hôtellerie : l'assainissement c'est bien, la croissance c'est mieux

Le règlement du douloureux problème de la dette, sans doute nécessaire, ne sera jamais suffisant pour sauver notre hôtellerie. Au-delà de ce lourd fardeau, nos hôtels perdent de leur compétitivité année après année, et il s'ensuit une baisse continue de leur contribution dans la croissance économique du pays. **Le cercle infernal dans lequel se débat notre hôtellerie depuis des années est celui d'une faiblesse des prix de vente qui s'accompagne d'une augmentation des coûts** tant de l'investissement que des achats et des salaires ; une inflation des coûts qui n'est pas près de s'arrêter. L'issue pour eux est donc de mieux vendre et de baisser leurs coûts, et c'est à ces deux niveaux qu'ils sont les plus fragiles. En effet, deux constats résument la situation de notre hôtellerie :

– un parc constitué pour l'essentiel d'hôtels indépendants incapables d'accéder aux économies d'échelle que permettent les chaînes hôtelières. De plus, les rares chaînes tunisiennes sont en fait un assemblage sous une même enseigne de plusieurs sociétés juridiquement et financièrement indépendantes. Ces hôtels sont confrontés dans leur commercialisation à des conglomérats avec de grands moyens commerciaux ;

– une quasi absence de la fonction commerciale qui reste souvent le domaine du propriétaire ou du directeur général de l'hôtel. Une fonction qui reste peu valorisée, à tel point que les bons commerciaux tunisiens (on n'en compte pas plus d'une quinzaine) trouvent refuge à l'étranger dans les chaînes internationales.

Dans ce contexte, le rôle de l'Etat est d'encourager l'émergence de chaînes locales, les regroupements à vocation commerciale comme les chaînes volontaires, ou ne serait-ce que la mutualisation de certains moyens. De même, il est urgent de revaloriser la fonction commerciale au sein de nos hôtels en lui conférant par exemple un statut similaire à celui du directeur général (obligatoire pour l'ouverture d'un hôtel) et en lançant une formation de haut niveau portant sur la commercialisation des produits touristiques.

LM

"Atout France", un modèle pour notre ministère ?

En plus de sa mission de promotion des sites culturels, "Atout France" pourrait aussi, selon les indications de la nouvelle Feuille de route du tourisme tunisien, se charger du dossier de la diversification de l'offre et de celui de la réforme du cadre institutionnel (voir **notre document**, "Chantiers structurels"). Il est donc important d'apprendre à connaître cet organisme et de se poser quelques questions à son propos.

Dans un *Livre Blanc de la modernisation hôtelière et touristique* en France (par Marc Watkins, novembre 2011), "Atout France" est ainsi présenté :

« Depuis quelques années, il a été demandé à Atout France de chercher à autofinancer ses frais de fonctionnement par la vente de services d'accompagnement, afin de réduire son coût pour l'Etat. Atout France est donc devenu au fil du temps une sorte de ***consultant qui facture ses prestations*** *et vend tout ce qu'il peut à ses adhérents. Sa mission de service public,*

travaillant pour les professionnels du tourisme et surtout les collectivités, a été presque totalement obscurcie et mise en retrait.

« Parallèlement, bien qu'étant sous un statut public/privé, l'agence travaille de plus en plus sous la dépendance presque unique du gouvernement, et plus particulièrement depuis juillet 2009 par contrat avec le Ministère en charge du tourisme, elle est devenue un ***véritable bras armé politique du Ministre en place*** *et suit ses demandes à la lettre avec une* ***marginalisation de l'administration touristique centrale*** *(…).*

« (…) Mais il est étonnant qu'un bilan de l'action promotionnelle d'Atout France ne soit jamais réalisé pour vérifier/valider sa compétence dans ses missions, la qualité des retombées de ses actions promotionnelles et de représentation, ainsi que plus simplement… le sérieux de son travail.

« (…) On peut également s'étonner des partenariats que prend Atout France. Par exemple, il signe en 2011 une convention avec le groupe hôtelier Accor d'une durée de 3 ans dont l'objectif principal est « de promouvoir le réseau hôtelier en France auprès des clientèles d'affaires et de loisirs françaises et internationales » (…) Cet accord exclusif, teinté de ***favoritisme****, vers un opérateur unique du secteur privé, est pourtant* ***contraire à la vocation d'Atout France****.*

« Le fait qu'Atout France soit devenu ***un instrument politique au service du gouvernement, voire du parti politique au pouvoir*** *pose un véritable problème de confiance, de fiabilité et de crédibilité dans ce qu'il communique, réalise, actionne et apporte comme informations.*

« Enfin, il faut constater et même dénoncer les ***nombreux échecs, pour ne pas dire fiascos****, dans les dossiers gouvernementaux touristiques de ces quatre dernières années, avec Atout France pour maître d'ouvrage délégué. »*

Au vu de ce pedigree, on peut se poser les questions suivantes :

– Pourquoi a-t-on choisi un prestataire aussi controversé ?
– Qui paye Atout France ? Si c'est l'administration tunisienne, est-ce sur le budget de l'Etat tunisien, ou est-ce à travers un don ou un "prêt conditionné" de la part de l'Etat français ?
– Les missions confiées à ce prestataire apparemment "expert" dans la

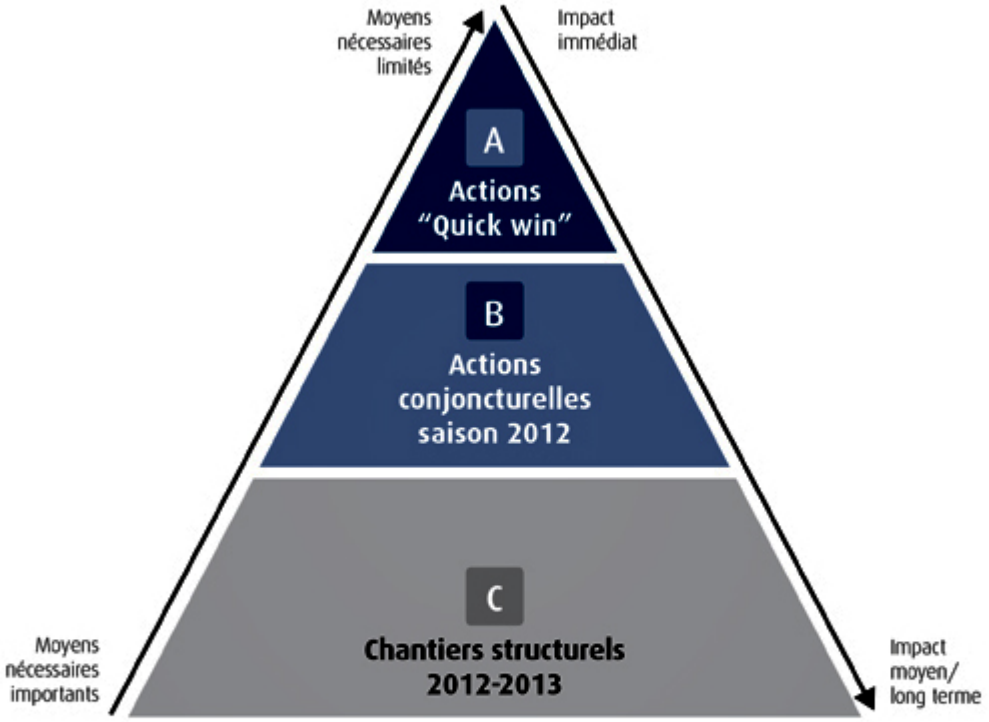
« marginalisation de l'administration du tourisme » vont-elle englober la réforme institutionnelle comme c'est mentionné dans la Feuille de route ?
– En quoi consiste le rôle d'Atout France dans le chantier structurel de *« diversification de l'offre »* de la Feuille de route du tourisme tunisien (**notre document**) ? N' y a-t-il pas, pour un produit ou un autre, un probable conflit d'intérêt entre les missions de ce prestataires auprès du tourisme tunisien et celles qu'il assure auprès de concurrents français comme c'est le cas pour la thalassothérapie ou la chirurgie esthétique ?

La Feuille de route du tourisme tunisien

Afin de permettre le débat le plus large possible autour de la nouvelle Feuille de route du ministère du Tourisme, nous en publions ci-après la version encore "provisoire", ainsi que **nos commentaires**.

Feuille de route 2012 - 2013

Une feuille de route a été proposée, déclinant les actions en quick wins", "actions conjoncturelles" et "chantiers structurels"



A

· Quelques actions "quick win" **ciblées, symboliques et visibles** pour **créer une nouvelle dynamique et mobiliser les acteurs**

B

· Des actions conjoncturelles **adaptées aux acteurs clés** du tourisme pour faire face à la situation actuelle du secteur et au **nouveau contexte tunisien**

C

· 6 chantiers structurels aux **impacts sur la saison 2012 et moyen terme :**

1-Diversification de l'offre / innovation et qualité
2- Promotion/ marketing
3- Cadre institutionnel
3- Restructuration des finances du secteur
5- Tourisme web-compatible
6 Connexions aériennes

Les actions quick wins* doivent permettre de mettre en mouvement l'ensemble du secteur, grâce à des impacts visibles et immédiats

A Actions "quick wins" – Détail (1/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Lancement du **site internet de l'ONTT**	· Lancer officiellement le **nouveau site (et logo)** de l'ONTT (traduit en au moins 6 langues) · S'assurer du bon **référencement** du site sur les moteurs de recherche et sur les sites de réservation en ligne, notamment par de la publicité (ex : Adwords de Google) et de la **rentabilité des actions marketing**	· **Site opérationnel en avril 2012** · 10% des touristes utilisateurs du site internet (1)
Promotions des **04 sites culturels et naturels prioritaires**	· Constituer un **comité de sélection** (2) des sites prioritaires · Sélectionner **04 sites** culturels et naturels prioritaires · Publier la liste sur le site internet de l'ONTT, avec un lien vers les sites web respectifs, et dans un **dépliant** sur les atouts touristiques de la Tunisie · Assurer la **viabilisation** des sites à court / moyen terme	· **04** sites prioritaires référencés avec un projet de contrat de destination
Validation et publication des **textes réglementaires des hébergements touristiques alternatifs**	· Publier les textes réglementaires des hébergement alternatifs (maisons d'hôtes, hôtels de charme, gîtes ruraux, fermes…) en collaboration avec les associations et fédérations · Communiquer sur la mise en place du cadre réglementaire notamment en le mettant en ligne sur le site internet de l'ONTT et le portail du tourisme alternatif	· **70** hébergements alternatifs labellisés d'ici fin 2012

1) C'est à dire : 10% des touristes arrivant en Tunisie ayant visité le site internet de l'ONTT
2) Constitué d'un architecte, un urbaniste, un représentant des collectivités locales, un financier, des représentants des ministères concernés, des professionnels du tourisme…

Les quick wins participeront aussi au renforcement de la promotion et de la qualité de la destination Tunisie

A Actions "quick wins" – Détail (2/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Lancement des **événements à fort impact médiatique**	• Constituer un **comité de réflexion sur** les événements • Planifier un calendrier des événement internationaux • Annonce de l'organisation d'un **événement international** en Tunisie (festival de théâtre, festival de jazz, festival de salsa,festival gastronomique…)	• Un **événement international** par mois jusqu'au mois d'août
Organisations d'une **campagne de propreté des sites touristiques**	• Cartographier les 100 points noirs et commencer par une action pilote • Organiser une **campagne de propreté des sites touristiques** : nettoyage / remise à niveau de l'ensemble des toilettes des sites touristiques, circuits, autoroutes, stations-service, avec **mobilisation de la population**, notamment les plus jeunes, autour de l'opération	• 100 toilettes propres dans les principaux sites et circuits touristiques
Mise en place d'une **charte de bonne signalisation**	• Constituer un comité de coordination avec les ministères chargés de l'Equipement et de la Culture • Lister et diffuser les 10 "best practices" pour avoir une **bonne signalisation** dans les sites et circuits touristiques à commencer par les médinas et engager une société privée pour la charte graphique	• **Tous les circuits touristiques des médinas avec signalisation** d'ici fin 2012
Labelliser les plages hôtels **"Pavillon bleu"** pour assurer la mise en valeur des plages	• Sélectionner une première série de plages **"pilotes"** concernées par le dispositif • Inscription des hôteliers dans le processus d'accréditation des **"Pavillons bleus"** pour leur plage	• **10 plages** sont labellisées "Pavillon bleu" d'ici fin 2012

Les quick wins participeront également à l'amélioration de la qualité du produit touristique

A Actions "quick wins" - Détail (3/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Révisions des normes de classement des **restaurants touristiques**	· Réviser et publier le classement des restaurants touristiques vers une exigences gastronomiques de qualité et d'innovation	· **Publication** des nouvelles normes de classement avant fin 2012
Mise en place de l'opération **"Mobilité Tourisme Frontalier"**	• **Mettre en place des structures d'accueil au sein des postes frontaliers** · Réaménager les structures d'accueil existantes	· Les structures d'accueil aux postes frontaliers de Melloula et Babbouch sont réaménagées d'ici l'été 2012
Campagne de sensibilisation sur la nécessité de **réserver à l'avance**	· Lancer une **campagne nationale de sensibilisation** sur la nécessité	· **1** campagne nationale de réserver à l'avance dans les hôtels tunisiens avant l'été 2012

Les quick wins participeront aussi au renforcement de la promotion et de la qualité de la destination Tunisie Actions quick wins*

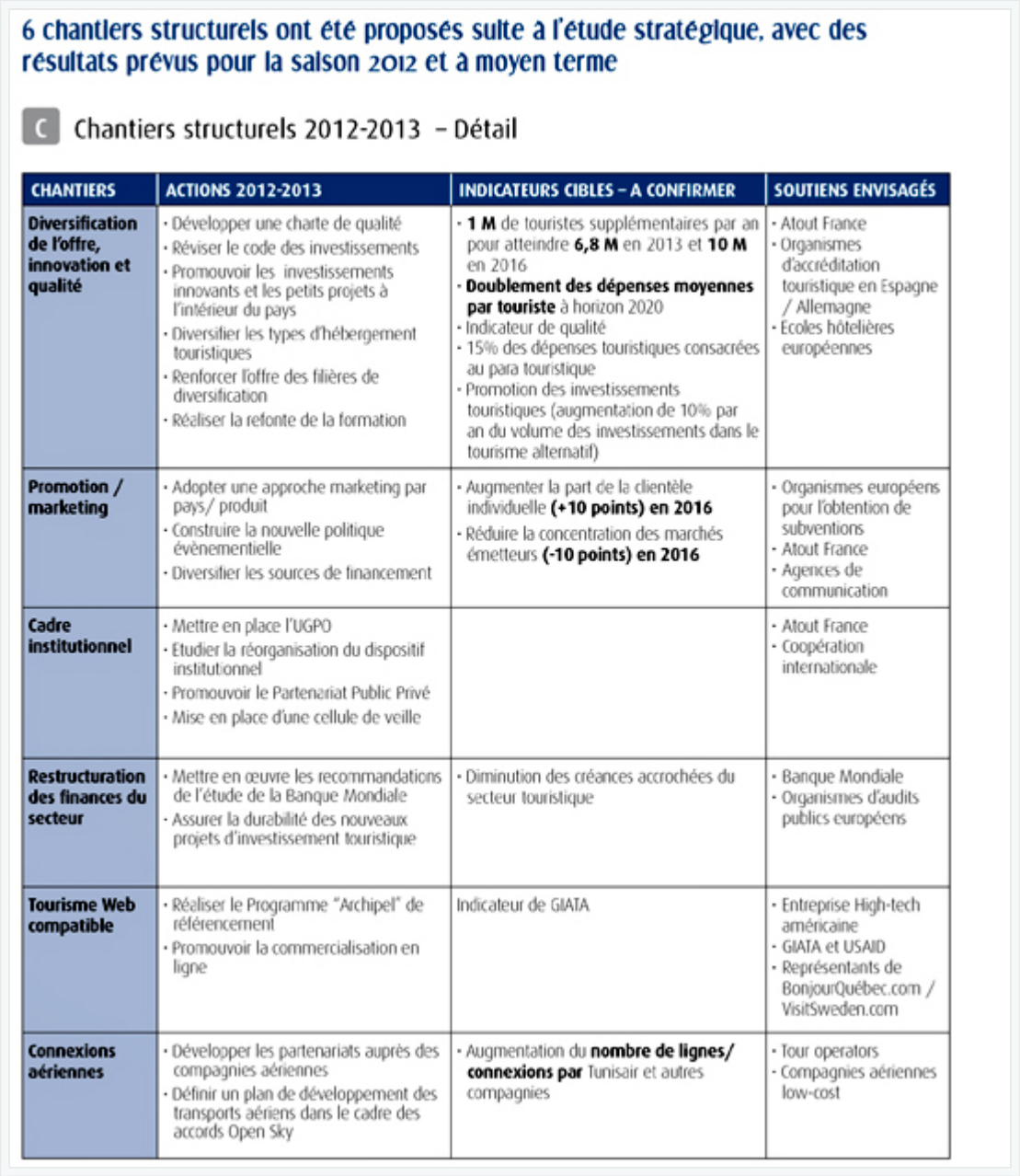
A Actions "quick wins" - Détail (4/4)

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Campagne de communication et de promotion pour **les résidents à l'étranger**	· Développer conjointement avec le Secrétariat d'Etat de l'Immigration une **communication ciblée et adaptée** aux spécificités des résidents à l'étranger · Lancer des **promotions de vente** et des **actions de parrainage** des amis étrangers	· **1 campagne** sur 3 pays (France, Allemagne et Italie) avant l'été 2012
Création d'une cellule **com et veille web 2.0**	· Créer une cellule de communication et de veille **web social et participatif** · Créer des **pages Tourisme Tunisien** (Ministère et ONTT) dans les réseaux sociaux · Suivre les **publications, commentaires et avis des internautes et répondre à leurs interrogations** · Créer **un buzz** sur les réseaux sociaux	· **2 pages Tourisme Tunisien** crées avant fin mai 2012

Trois grandes actions conjoncturelles ont été prévues pour faire face à la situation actuelle du secteur touristique tunisien

B Des actions conjoncturelles - Détail

ACTIONS	DESCRIPTION / OBJECTIFS	INDICATEURS
Campagne de promotion	· Optimiser l'utilisation du budget de promotion par une **analyse pays par pays des meilleurs canaux de diffusion** (Relations publiques, publicité conjointe, spots TV, etc.) · Sécuriser la bonne coordination entre campagne de promotion et **accessibilité aérienne**	**Rétablir l'image** de la destination Tunisie sur les marchés émetteurs
Soutien aux acteurs étrangers	· Développer les partenariats avec les acteurs touristiques des pays sources (tour-operators, transport aérien, agences de voyages) par du **partage de risque** et du **financement de la promotion** · Renforcer la présence des relais de la Tunisie dans les pays sources par des actions de **lobbying** ciblées	**Favoriser l'arrivée** de touristes en Tunisie
Soutien aux acteurs locaux	· Soutenir les acteurs locaux (agences de voyages, hôtels...) par des **actions financières ciblées** (fiscalité ; sécurité sociale ; charges ; dette ; aide à l'emploi ; formation...) · Mobiliser la population tunisienne par des **campagnes de sensibilisation** (ex. : "10 touristes = 1 emploi")	**S'assurer de la participation** des acteurs locaux à la relance du secteur



6 chantiers structurels ont été proposés suite à l'étude stratégique, avec des résultats prévus pour la saison 2012 et à moyen terme

C Chantiers structurels 2012-2013 – Détail

CHANTIERS	ACTIONS 2012-2013	INDICATEURS CIBLES – A CONFIRMER	SOUTIENS ENVISAGÉS
Diversification de l'offre, innovation et qualité	· Développer une charte de qualité · Réviser le code des investissements · Promouvoir les investissements innovants et les petits projets à l'intérieur du pays · Diversifier les types d'hébergement touristiques · Renforcer l'offre des filières de diversification · Réaliser la refonte de la formation	· **1 M** de touristes supplémentaires par an pour atteindre **6,8 M** en 2013 et **10 M** en 2016 · **Doublement des dépenses moyennes par touriste** à horizon 2020 · Indicateur de qualité · 15% des dépenses touristiques consacrées au para touristique · Promotion des investissements touristiques (augmentation de 10% par an du volume des investissements dans le tourisme alternatif)	· Atout France · Organismes d'accréditation touristique en Espagne / Allemagne · Ecoles hôtelières européennes
Promotion / marketing	· Adopter une approche marketing par pays/ produit · Construire la nouvelle politique évènementielle · Diversifier les sources de financement	· Augmenter la part de la clientèle individuelle **(+10 points) en 2016** · Réduire la concentration des marchés émetteurs **(-10 points) en 2016**	· Organismes européens pour l'obtention de subventions · Atout France · Agences de communication
Cadre institutionnel	· Mettre en place l'UGPO · Etudier la réorganisation du dispositif institutionnel · Promouvoir le Partenariat Public Privé · Mise en place d'une cellule de veille		· Atout France · Coopération internationale
Restructuration des finances du secteur	· Mettre en œuvre les recommandations de l'étude de la Banque Mondiale · Assurer la durabilité des nouveaux projets d'investissement touristique	· Diminution des créances accrochées du secteur touristique	· Banque Mondiale · Organismes d'audits publics européens
Tourisme Web compatible	· Réaliser le Programme "Archipel" de référencement · Promouvoir la commercialisation en ligne	Indicateur de GIATA	· Entreprise High-tech américaine · GIATA et USAID · Représentants de BonjourQuébec.com / VisitSweden.com
Connexions aériennes	· Développer les partenariats auprès des compagnies aériennes · Définir un plan de développement des transports aériens dans le cadre des accords Open Sky	· Augmentation du **nombre de lignes/ connexions par** Tunisair et autres compagnies	· Tour operators · Compagnies aériennes low-cost

---

La Tunisie au féminin

Figures de la Révolution

La Révolution ne s'est pas terminée le 14 janvier 2011. Commencée dans les profondeurs des régions déshéritées, elle se poursuit pas à pas dans une société qui réclame un fonctionnement démocratique des institutions, et se lève contre tous les abus de pouvoir et toutes les régressions.

Lina Ben Mhenni



Blogueuse révoltée, Lina, alias Tunisian Girl, s’est improvisée reporter de terrain aux moments les plus chauds de l’hiver 2010-2011. Son nom a été proposé pour le Prix Nobel de la Paix. Mais, à cause de son profil peu conventionnel – trop “gauchiste”, pas assez “islamique” – elle a été la cible de violentes attaques. Elle est pourtant représentative de cette jeunesse moderne qui s’est sentie proche du soulèvement populaire des régions de l’Ouest, et a défié la police de Ben Ali en se rendant sur place et en diffusant sur le Net informations et vidéos.

Khaoula Rachidi



Un admirateur de son geste l'a comparée, sur son blog*, à Rosa Park, la Noire américaine qui refusa de se soumettre à la ségrégation. Comme celle-ci, ce n'est pas une militante ; mais en ayant le courage de dire non, elle a éveillé les consciences de tout un pays. Cette grande fille sportive, fille d'un ingénieur du Sud-Ouest ouvrier, est montée sur le mur de sa faculté de la Manouba où un activiste prétendait remplacer le drapeau tunisien par le drapeau noir de son mouvement fondamentaliste. En défendant le drapeau national, elle a mis en lumière tout à la fois les objectifs anti-patriotiques du mouvement salafiste et sa violence intrinsèque. L'avenir dira si, comme Rosa Park, son geste inspirera un mouvement de grande ampleur pour remettre la Révolution sur les rails qu'elle n'aurait jamais dû quitter.

* *Abderrazak Lejri, publié sur le site Mediapart*





Face au salafiste de la faculté de la Manouba, Khaoula Rachidi est la première à oser intervenir.

Renversée violemment, elle revient pourtant pour parlementer.
D’autres étudiants la rejoignent et redéploient le drapeau national. Celui-ci est arraché et jeté à terre.

Maya Jeribi



Secrétaire générale d’un des plus grands partis de Tunisie, elle est élue de l’Assemblée constituante où ses interventions empreintes de dignité et d’intelligence sont régulièrement de grands moments de démocratie. Comme lorsqu’elle a osé présenter sa candidature à la présidence de cette assemblée, contre le candidat de la troïka victorieuse, et recueilli le score plus qu’honorable de 32% des voix. Acte de naissance d’une opposition démocratique dont la parole serait désormais légitime.

Entre mythe et histoire

A regarder les grandes figures mythiques qui jalonnent l’histoire ancienne de la Tunisie, on s’aperçoit que la femme tunisienne n’est pas la garante d’une identité figée et éternelle ; elle est une “passeuse”, celle par qui le monde ancien meurt pour renaître sous un nouveau visage. Tout se passe comme s’il revenait aux femmes, à chaque époque, d’incarner ces phases de rupture et de refondation qui ont fait l’identité tunisienne.

Elyssa
C’est par elle que l’Orient s’invita en terre africaine. Elle transportait dans ses vaisseaux l’essence de la culture phénicienne – accompagnée d’un prêtre de la déesse Astarté, elle portait en elle le souvenir de son époux, prêtre du dieu Melqart. Elle ne s’imposa pas par la force, mais par la ruse. Et pour ne pas renier son héritage oriental, pour éviter que sa cité ne soit

tuée dans l'œuf, elle refusa le mariage avec le chef autochtone Iarbas en s'immolant par le feu. C'est ainsi que la civilisation punique put naître d'un véritable métissage.

La Kahéna

Quinze siècles après Elyssa, une autre femme apparaît à une époque charnière, celle de la conquête arabe. Elle symbolisait à elle seule la résistance berbère : « Comme [le gouverneur Hassan Ibn Nooman] avait demandé quel était le plus puissant roi des Berbères, on lui répondit que c'était la Kahéna », raconte Ibn Khaldoun.

La Kahéna a échoué à repousser les cavaliers arabes ; mais elle les a obligés à prendre en compte l'élément berbère. Lorsque ses fils se rendirent à Hassan, celui-ci leur confia lui-même le commandement des tribus de l'Aurès désormais converties à l'islam. C'est un Berbère, Tarak Ibn Zied, qui allait bientôt conquérir l'Andalousie. Et ce sont les grandes tribus berbères, des Zénètes aux Sanhaja, qui devaient faire et défaire les dynasties en Tunisie pendant plusieurs siècles.

Jazia Hilalia

Dans un Maghreb resté essentiellement berbère, il faudra une nouvelle révolution pour arabiser en profondeur le peuple tunisien. Ce sera l'invasion hilalienne, dont le récit légendaire met en exergue le personnage de Jazia. Guerrière et poétesse à la sublime beauté, épouse d'un prince d'Arabie, elle s'était enfuie avec les siens suite à une brouille entre familles, laissant derrière elle un mari éperdu d'amour. Mais les Hilaliens, eux, ne rêvaient que de la verte Tunisie, contrée mythique pour laquelle ils abandonnaient leur terre ancestrale…

La réalité historique est plus prosaïque : les Hilaliens venaient du désert égyptien, ils étaient envoyés par le calife fatimide pour reprendre en main cette province qui avait renié le chiisme. Et si l'on en croit Ibn Khaldoun, ce sont les Berbères qui calqueront souvent leur mode de vie sur ces Arabes devenus les nouveaux "hommes forts" du pays.



La Geste hilalienne, vue par le peintre Adel Megdiche.

Bienfaitrices et engagées

Chez les Tunisiennes, l’engagement s’enracine souvent dans l’action sociale. Qu’elles soient princesse, mystique ou femme engagée dans la modernité, leur action en faveur du peuple les a rendues légitimes. Pour certaines, cette générosité leur a valu une reconnaissance inextinguible par-delà les siècles.

Aziza Othmana

Elle est vénérée par beaucoup de Tunisiennes comme une bienfaitrice des temps anciens ; une femme qui inscrivit son nom dans l’histoire en engageant sa fortune pour améliorer le sort du peuple. Cette richissime princesse mouradite, petite-fille de Othman Dey, a affranchi tous ses esclaves et consacré la quasi totalité de ses biens à des œuvres de charité – elle possédait 68 000 hectares de terres qui s’étendaient de Monastir aux abords de Sfax ! On lui doit notamment l’hôpital de la médina de Tunis qui porte aujourd’hui son nom.

Saïda Aïcha Manoubia

Quatre siècles avant Aziza Othmana, une sainte soufie défendait les petites gens dont elle partageait le sort, filant la laine pour gagner sa vie. Elle offrait des moutons au père de famille nécessiteux, libérait des captifs, secourait les endettés et défiait les puissants… A une époque où les docteurs malékites étaient liés au pouvoir, le soufisme en pleine expansion apparaissait comme un mouvement contestataire. Aujourd'hui la plus populaire des saintes tunisiennes, Saïda Manoubia était aussi une femme libre, qui ne s'est jamais mariée malgré sa beauté légendaire, et une intellectuelle qui s'est imposée par son érudition dans un milieu religieux très masculin : les savants de Tunis, dit-on, reconnurent son autorité et accompagnèrent son enterrement.

Bchira Ben Mrad



Issue d’un milieu religieux, elle voulait promouvoir l’instruction des jeunes

filles et faire participer les femmes au mouvement d'émancipation nationale. Elle est la fondatrice de la première organisation féminine tunisienne, l'Union Musulmane des Femmes de Tunisie (1937), qui s'est signalée par son action sociale en aidant les étudiants tunisiens à l'étranger. Quelques années plus tôt, sa sœur Nejiba animait une association de bienfaisance en compagnie de Wassila Ben Ammar (future épouse de Bourguiba) : c'était le début de la participation des Tunisiennes à la vie publique. Puis dans les années 1950, nombre de Tunisiennes rejoindront l'Union des Femmes des Tunisie, association d'inspiration communiste, qui mêlait action politique, aide aux nécessiteux et revendication féministe. Même l'UNFT, l'organisation féminine apparentée au Destour qui sera l'héritière de toutes les précédentes, commencera par organiser des soupes populaires et des distributions de vêtements, avant de militer pour les droits de la femme. Ironie de l'histoire : le père de Bchira Ben Mrad était le cheikh el-Islam Mohamed Salah Ben Mrad, un adversaire des thèses de Tahar Haddad… ce qui ne l'a pas empêché d'encourager ses filles dans leur action publique.



La femme et le drapeau, pour illustrer la marche vers l'Indépendance (document tiré de "Histoire de la Tunisie" par H. Boularès, éditions Cérès).

Des oubliées

La Tunisie a connu au cours de son histoire des femmes ayant occupé une place prépondérante, mais leur mémoire a été occultée ou dévalorisée pour des raisons idéologiques. C'est l'hypothèse de l'historienne Emna Ben Miled, qui mentionne Asma, fille du Cadi Assad ibn Fourat, et Khadija, fille de l'Imam

Sahnoun. Ces femmes, instruites en sciences religieuses, participaient à des débats juridiques ; elles méritaient donc le titre de “fakihèt” (Xe s.). Des saintes comme Saïda Ajoula, Lella Arbia, se voient attribuer le même genre de miracles que leurs homologues hommes, sans jouir du même prestige ; la seconde était réputée “proche de Dieu”. Une femme a même régné sur le pays : la sultane ziride Saïda Sanhajia, d’abord conjointement avec son frère Badis, puis pendant la minorité de son neveu El-Moezz (XIe s.). Mais son nom a disparu des livres d’histoire.

* *“Les Tunisiennes ont-elles une histoire ?” Emna Ben Miled, 1998.*

Une pionnière

Tawhida Ben Cheïkh
Elle est allée en France faire des études supérieures à une époque où peu de garçons avaient cette possibilité ; son propre frère s’était heurté au refus de ses parents de le laisser partir ! Mais Tawhida Ben Cheikh, première bachelière de Tunisie en 1928, était une élève brillante soutenue par le Dr Burnet, futur directeur de l’Institut Pasteur de Tunis. Elle obtint son doctorat en 1936, devenant ainsi la première femme médecin du monde arabe. Cette véritable militante s’est orientée vers la gynécologie pour s’engager dans l’aventure du planning familial. Elle a participé à l’Union Musulmane des Femmes de Tunisie, à la revue féminine “Leïla”, au Croissant Rouge tunisien. Elle deviendra directrice du service de maternité de l’hôpital Charles Nicolle, puis de l’hôpital Aziza Othmana, avant de s’éteindre à l’âge de 101 ans, dans un pays où 40% des médecins sont aujourd’hui des femmes.

Une citoyenne du monde

Gisèle Halimi
Elle qui a souffert du patriarcat dans son enfance a fait avancer la cause des femmes en France comme peu de Françaises “de souche”. Avocate engagée, elle a fait accepter l’idée du droit des femmes sur leur propre corps. Militante anticolonialiste, elle s’est battue contre la torture en Algérie et a toujours soutenu la cause palestinienne. Son credo : “Ne vous résignez jamais !”, titre de son dernier livre.

Le mariage kairouanais

A l’heure où certains voudraient ouvrir la porte à un retour de la polygamie, il est utile de rappeler le “mariage kairouanais” en vigueur dès le début du IIe siècle de l’Hégire. Les gens de Kairouan avaient pris l’habitude d’imposer dans les contrats de mariage une clause interdisant au mari de prendre une seconde femme ou une concubine ; et autorisant l’épouse à divorcer en cas d’infraction. Ce procédé s’est répandu à travers la Tunisie et même en Andalousie. Selon Hassan Hosni Abdelwaheb, il est resté en vigueur à Kairouan jusqu’à l’époque moderne.
Mais les familles désirant protéger leurs filles pouvaient introduire bien d’autres clauses. Selon l’accord conclu, le contrat pouvait au contraire obliger à faire divorcer la seconde épouse, ou à affranchir la concubine. Il pouvait autoriser la femme à divorcer si le mari s’absentait de façon prolongée, ou s’il la chassait du domicile, ou encore s’il lui interdisait de rendre visite à sa famille. Certains contrats prévoyaient aussi l’équivalent d’un dédommagement en cas de mauvais traitement ou de répudiation : une partie de la dot apportée par l’époux était ajournée au moment du mariage, et susceptible d’être réclamée par l’épouse en cas de conflit. Voilà comment les Tunisiennes de la haute société parvenaient, dès le Moyen Age, à s’assurer un minimum de respect à l’intérieur du mariage.

D’après Mohamed Talbi, “Ma Religion c’est la liberté”, Nirvana 2011



Des Tunisiennes célèbrent la Journée Internationale des Femmes, le 8 mars

dernier devant l'Assemblée Nationale
Constituante, pour défendre le CSP, un élément essentiel de la "tunisianité".

Et si on se disait la vérité...

C'est ainsi que « la saison est prometteuse » et que « la croissance est à deux chiffres ». Oubliés, les agences de voyages au bord de la faillite, les hôtels incapables de payer leurs factures d'électricité, les pertes de 2011 non encore épongées, l'incertitude qui plane encore sur la haute saison… Tout cela est évacué pour laisser place à la célébration des « efforts consentis et de la sage politique suivie ». On a même, comme au bon vieux temps, fait appel à l'OMT pour une conférence bidon sur l'avenir du tourisme en Méditerranée… à défaut d'en organiser une sur l'avenir du tourisme en Tunisie.
La vérité est que la vanité de nos décideurs nous perdra. La vérité est que cet hiver, la Tunisie a plus profité de la chute de l'Egypte (dont c'est la haute saison) et de prix d'hiver bien bas, qu'elle n'a eu de mérite à séduire la clientèle. La vérité est que le peu de résultats que nous réalisons, nous le devons surtout à quelques groupes et entreprises qui agissent pour cela dans leur coin. La vérité est que notre tourisme peine depuis déjà une vingtaine d'années à tenir son rang parmi les destinations méditerranéennes, malgré les nombreux atouts de notre pays, la richesse de son patrimoine et la diversité de ses paysages. Le paradoxe tunisien est d'avoir une bonne destination, et pourtant un tourisme malade avec des entreprises endettées. La vérité est que nos atouts naturels et culturels ne peuvent plus compenser à eux seuls notre incapacité à définir une stratégie et à organiser le secteur et ses intervenants. En un mot, notre tourisme est malade de ses structures.
Comme on peut le constater tous les jours, nous avons une administration et des professionnels plus préoccupés par leurs querelles de clochers (faut-il dire « de minarets » ?) que par la mise en place d'une stratégie qui n'est jamais venue. Organisations professionnelles et administration perdent chaque jour un peu plus de leur crédibilité. Dernière illustration de cette défaillance de nos structures : la mini feuille de route, censée guider le

secteur pour deux ans, tarde à sortir pour des considérations d'ordre protocolaires. Entre-temps, et en ce début du mois d'avril, soit 100 jours après l'arrivée du nouveau gouvernement, les urgences du secteur sont déjà ailleurs. La seule feuille de route valable pour les mois à venir est celle qui lèvera les deux hypothèques pesant lourdement sur notre tourisme et menacent de l'achever, à savoir :
– les manifestations salafistes devenues quasi quotidiennes. Nous leur devons la une des journaux et des télés européennes, et elles anéantissent les millions dépensés ces deux derniers mois en publicité et en invitation de journalistes. La dernière en date s'est déroulée le dimanche 25 mars, des incultes munis de haut-parleurs y ont appelé à l'assassinat et au racisme devant le siège même du ministère de l'Intérieur ;
– l'endettement hôtelier et son corollaire, l'assainissement du parc hôtelier tunisien. On parle de plus de 100 hôtels "carbonisés" et donc irrécupérables, et d'un bon tiers en mal d'entretien et de rénovation, qui tirent chaque jour la destination vers le bas. On se demande pourquoi nous sommes si discrets sur les missions qu'effectue en Tunisie la Banque Mondiale à ce sujet.
Ce n'est qu'une fois ces deux abcès crevés, nettoyés et traités que nous pourrons nous attaquer à nos autres défaillances. Autrement, nous continuerons à palabrer.

Le FODEC n'est pas fait pour soutenir Tunisair

Le Tourisme

Que pensez-vous de ce qui se dit et se fait dans le tourisme aujourd'hui ?

Jalel Bouricha
Je n'en pense pas du bien puisque les résultats sont absents. L'un des maux du secteur est que l'administration continue de décider pour nous.

Pourtant, les chiffres publiés indiquent une amélioration des résultats.

J. Bouricha
Les résultats ne se jugent pas sur un mois ou un trimestre. Nous, dirigeants d'entreprises, avons besoin de juger la portée des actions sur le long terme, ou du moins sur une année ou deux.

L'administration est, semble-t-il, sur le point d'annoncer un tel plan d'action sur deux ans…

J. Bouricha
Justement, l'administration va sortir un tel plan sans nous consulter et sans débattre avec nous de son contenu. Ce que l'administration appelle « consultation des professionnels » se résume à une lettre qui nous a été envoyée la semaine dernière (mi-mars, ndlr) nous présentant le programme d'actions décidé pour 2012 ; est-ce cela le partenariat avec les professionnels dont on parle ? Autre exemple, le président de notre Fédération a été amené à signer une convention de soutien de l'aérien, qui ne soutenait en fait que Tunisair et accessoirement Nouvelair. On utilise donc notre argent du FODEC pour soutenir Tunisair, alors que l'objet du FODEC est de soutenir la communication et la promotion. A ce propos, on nous dit que cette convention a rapporté l'année dernière 35000 clients ; ce chiffre est à la portée d'un ou deux hôtels agissant seuls dans une action de promotion classique. Mon impression est que l'administration continue de nous traiter en mineurs et de décider pour nous, et qu'il nous faut utiliser tous les moyens en notre possession pour que cela cesse.

La solution préconisée depuis longtemps est que vous deveniez des partenaires de droit à travers une structure de promotion sous forme d'un GIE où vous seriez actionnaires. Pourquoi ne travaillez-vous pas pour une telle solution ?

J. Bouricha
Nous le demandons, mais il est vrai que notre profession manque de cohésion et que la FTH manque de moyens et d'effectifs. La réforme en cours de la FTH devrait contribuer à améliorer son efficacité. Cependant, en attendant que le partenariat soit inscrit dans les statuts de l'organisme de promotion, je ne vois pas pourquoi on veut nous exclure de la marche du secteur.

Revenons à Djerba : quelle est la situation actuelle et comment la voyez-vous évoluer ?

J. Bouricha

Djerba n’est pas encore remise de sa crise de l’année dernière et ses problèmes attendent toujours un début de solution. En effet, la destination souffre de son manque de liaisons aériennes directes, et de ses insuffisances tant au niveau de l’environnement, avec des municipalités affaiblies, qu’au niveau de sa promotion.

Il y aura au mois d’avril un colloque international à Djerba avec l’OMT et les participants seront obligés de faire escale à Tunis avec un réenregistrement de leurs bagages pour Djerba ; cela suffira à leur montrer que Djerba n’est pas encore une destination touristique.

La Tunisie au féminin

Figures de la Révolution

La Révolution ne s’est pas terminée le 14 janvier 2011. Commencée dans les profondeurs des régions déshéritées, elle se poursuit pas à pas dans une société qui réclame un fonctionnement démocratique des institutions, et se lève contre tous les abus de pouvoir et toutes les régressions.

Lina Ben Mhenni



Blogueuse révoltée, Lina, alias Tunisian Girl, s’est improvisée reporter de terrain aux moments les plus chauds de l’hiver 2010-2011. Son nom a été proposé pour le Prix Nobel de la Paix. Mais, à cause de son profil peu conventionnel – trop “gauchiste”, pas assez “islamique” – elle a été la cible de violentes attaques. Elle est pourtant représentative de cette jeunesse moderne qui s’est sentie proche du soulèvement populaire des régions de l’Ouest, et a défié la police de Ben Ali en se rendant sur place et en diffusant sur le Net informations et vidéos.

Khaoula Rachidi



Un admirateur de son geste l'a comparée, sur son blog*, à Rosa Park, la Noire américaine qui refusa de se soumettre à la ségrégation. Comme celle-ci, ce n'est pas une militante ; mais en ayant le courage de dire non, elle a éveillé les consciences de tout un pays. Cette grande fille sportive, fille d'un ingénieur du Sud-Ouest ouvrier, est montée sur le mur de sa faculté de la Manouba où un activiste prétendait remplacer le drapeau tunisien par le drapeau noir de son mouvement fondamentaliste. En défendant le drapeau national, elle a mis en lumière tout à la fois les objectifs anti-patriotiques du mouvement salafiste et sa violence intrinsèque. L'avenir dira si, comme Rosa Park, son geste inspirera un mouvement de grande ampleur pour remettre la Révolution sur les rails qu'elle n'aurait jamais dû quitter.

* *Abderrazak Lejri, publié sur le site Mediapart*





Face au salafiste de la faculté de la Manouba, Khaoula Rachidi est la première à oser intervenir.

Renversée violemment, elle revient pourtant pour parlementer.
D’autres étudiants la rejoignent et redéploient le drapeau national. Celui-ci est arraché et jeté à terre.

Maya Jeribi



Secrétaire générale d’un des plus grands partis de Tunisie, elle est élue de l’Assemblée constituante où ses interventions empreintes de dignité et d’intelligence sont régulièrement de grands moments de démocratie. Comme lorsqu’elle a osé présenter sa candidature à la présidence de cette assemblée, contre le candidat de la troïka victorieuse, et recueilli le score plus qu’honorable de 32% des voix. Acte de naissance d’une opposition démocratique dont la parole serait désormais légitime.

Entre mythe et histoire

A regarder les grandes figures mythiques qui jalonnent l’histoire ancienne de la Tunisie, on s’aperçoit que la femme tunisienne n’est pas la garante d’une identité figée et éternelle ; elle est une “passeuse”, celle par qui le monde ancien meurt pour renaître sous un nouveau visage. Tout se passe comme s’il revenait aux femmes, à chaque époque, d’incarner ces phases de rupture et de refondation qui ont fait l’identité tunisienne.

Elyssa
C’est par elle que l’Orient s’invita en terre africaine. Elle transportait dans ses vaisseaux l’essence de la culture phénicienne – accompagnée d’un prêtre de la déesse Astarté, elle portait en elle le souvenir de son époux, prêtre du dieu Melqart. Elle ne s’imposa pas par la force, mais par la ruse. Et pour ne pas renier son héritage oriental, pour éviter que sa cité ne soit

tuée dans l'œuf, elle refusa le mariage avec le chef autochtone Iarbas en s'immolant par le feu. C'est ainsi que la civilisation punique put naître d'un véritable métissage.

La Kahéna

Quinze siècles après Elyssa, une autre femme apparaît à une époque charnière, celle de la conquête arabe. Elle symbolisait à elle seule la résistance berbère : « Comme [le gouverneur Hassan Ibn Nooman] avait demandé quel était le plus puissant roi des Berbères, on lui répondit que c'était la Kahéna », raconte Ibn Khaldoun.

La Kahéna a échoué à repousser les cavaliers arabes ; mais elle les a obligés à prendre en compte l'élément berbère. Lorsque ses fils se rendirent à Hassan, celui-ci leur confia lui-même le commandement des tribus de l'Aurès désormais converties à l'islam. C'est un Berbère, Tarak Ibn Zied, qui allait bientôt conquérir l'Andalousie. Et ce sont les grandes tribus berbères, des Zénètes aux Sanhaja, qui devaient faire et défaire les dynasties en Tunisie pendant plusieurs siècles.

Jazia Hilalia

Dans un Maghreb resté essentiellement berbère, il faudra une nouvelle révolution pour arabiser en profondeur le peuple tunisien. Ce sera l'invasion hilalienne, dont le récit légendaire met en exergue le personnage de Jazia. Guerrière et poétesse à la sublime beauté, épouse d'un prince d'Arabie, elle s'était enfuie avec les siens suite à une brouille entre familles, laissant derrière elle un mari éperdu d'amour. Mais les Hilaliens, eux, ne rêvaient que de la verte Tunisie, contrée mythique pour laquelle ils abandonnaient leur terre ancestrale…

La réalité historique est plus prosaïque : les Hilaliens venaient du désert égyptien, ils étaient envoyés par le calife fatimide pour reprendre en main cette province qui avait renié le chiisme. Et si l'on en croit Ibn Khaldoun, ce sont les Berbères qui calqueront souvent leur mode de vie sur ces Arabes devenus les nouveaux "hommes forts" du pays.



La Geste hilalienne, vue par le peintre Adel Megdiche.

Bienfaitrices et engagées

Chez les Tunisiennes, l’engagement s’enracine souvent dans l’action sociale. Qu’elles soient princesse, mystique ou femme engagée dans la modernité, leur action en faveur du peuple les a rendues légitimes. Pour certaines, cette générosité leur a valu une reconnaissance inextinguible par-delà les siècles.

Aziza Othmana

Elle est vénérée par beaucoup de Tunisiennes comme une bienfaitrice des temps anciens ; une femme qui inscrivit son nom dans l’histoire en engageant sa fortune pour améliorer le sort du peuple. Cette richissime princesse mouradite, petite-fille de Othman Dey, a affranchi tous ses esclaves et consacré la quasi totalité de ses biens à des œuvres de charité – elle possédait 68 000 hectares de terres qui s’étendaient de Monastir aux abords de Sfax ! On lui doit notamment l’hôpital de la médina de Tunis qui porte aujourd’hui son nom.

Saïda Aïcha Manoubia

Quatre siècles avant Aziza Othmana, une sainte soufie défendait les petites gens dont elle partageait le sort, filant la laine pour gagner sa vie. Elle offrait des moutons au père de famille nécessiteux, libérait des captifs, secourait les endettés et défiait les puissants… A une époque où les docteurs malékites étaient liés au pouvoir, le soufisme en pleine expansion apparaissait comme un mouvement contestataire. Aujourd'hui la plus populaire des saintes tunisiennes, Saïda Manoubia était aussi une femme libre, qui ne s'est jamais mariée malgré sa beauté légendaire, et une intellectuelle qui s'est imposée par son érudition dans un milieu religieux très masculin : les savants de Tunis, dit-on, reconnurent son autorité et accompagnèrent son enterrement.

Bchira Ben Mrad



Issue d’un milieu religieux, elle voulait promouvoir l’instruction des jeunes

filles et faire participer les femmes au mouvement d'émancipation nationale. Elle est la fondatrice de la première organisation féminine tunisienne, l'Union Musulmane des Femmes de Tunisie (1937), qui s'est signalée par son action sociale en aidant les étudiants tunisiens à l'étranger. Quelques années plus tôt, sa sœur Nejiba animait une association de bienfaisance en compagnie de Wassila Ben Ammar (future épouse de Bourguiba) : c'était le début de la participation des Tunisiennes à la vie publique. Puis dans les années 1950, nombre de Tunisiennes rejoindront l'Union des Femmes des Tunisie, association d'inspiration communiste, qui mêlait action politique, aide aux nécessiteux et revendication féministe. Même l'UNFT, l'organisation féminine apparentée au Destour qui sera l'héritière de toutes les précédentes, commencera par organiser des soupes populaires et des distributions de vêtements, avant de militer pour les droits de la femme. Ironie de l'histoire : le père de Bchira Ben Mrad était le cheikh el-Islam Mohamed Salah Ben Mrad, un adversaire des thèses de Tahar Haddad… ce qui ne l'a pas empêché d'encourager ses filles dans leur action publique.



La femme et le drapeau, pour illustrer la marche vers l'Indépendance (document tiré de "Histoire de la Tunisie" par H. Boularès, éditions Cérès).

Des oubliées

La Tunisie a connu au cours de son histoire des femmes ayant occupé une place prépondérante, mais leur mémoire a été occultée ou dévalorisée pour des raisons idéologiques. C'est l'hypothèse de l'historienne Emna Ben Miled, qui mentionne Asma, fille du Cadi Assad ibn Fourat, et Khadija, fille de l'Imam

Sahnoun. Ces femmes, instruites en sciences religieuses, participaient à des débats juridiques ; elles méritaient donc le titre de “fakihèt” (Xe s.). Des saintes comme Saïda Ajoula, Lella Arbia, se voient attribuer le même genre de miracles que leurs homologues hommes, sans jouir du même prestige ; la seconde était réputée “proche de Dieu”. Une femme a même régné sur le pays : la sultane ziride Saïda Sanhajia, d’abord conjointement avec son frère Badis, puis pendant la minorité de son neveu El-Moezz (XIe s.). Mais son nom a disparu des livres d’histoire.

* *“Les Tunisiennes ont-elles une histoire ?” Emna Ben Miled, 1998.*

Une pionnière

Tawhida Ben Cheïkh
Elle est allée en France faire des études supérieures à une époque où peu de garçons avaient cette possibilité ; son propre frère s’était heurté au refus de ses parents de le laisser partir ! Mais Tawhida Ben Cheikh, première bachelière de Tunisie en 1928, était une élève brillante soutenue par le Dr Burnet, futur directeur de l’Institut Pasteur de Tunis. Elle obtint son doctorat en 1936, devenant ainsi la première femme médecin du monde arabe. Cette véritable militante s’est orientée vers la gynécologie pour s’engager dans l’aventure du planning familial. Elle a participé à l’Union Musulmane des Femmes de Tunisie, à la revue féminine “Leïla”, au Croissant Rouge tunisien. Elle deviendra directrice du service de maternité de l’hôpital Charles Nicolle, puis de l’hôpital Aziza Othmana, avant de s’éteindre à l’âge de 101 ans, dans un pays où 40% des médecins sont aujourd’hui des femmes.

Une citoyenne du monde

Gisèle Halimi
Elle qui a souffert du patriarcat dans son enfance a fait avancer la cause des femmes en France comme peu de Françaises “de souche”. Avocate engagée, elle a fait accepter l’idée du droit des femmes sur leur propre corps. Militante anticolonialiste, elle s’est battue contre la torture en Algérie et a toujours soutenu la cause palestinienne. Son credo : “Ne vous résignez jamais !”, titre de son dernier livre.

Le mariage kairouanais

A l’heure où certains voudraient ouvrir la porte à un retour de la polygamie, il est utile de rappeler le “mariage kairouanais” en vigueur dès le début du IIe siècle de l’Hégire. Les gens de Kairouan avaient pris l’habitude d’imposer dans les contrats de mariage une clause interdisant au mari de prendre une seconde femme ou une concubine ; et autorisant l’épouse à divorcer en cas d’infraction. Ce procédé s’est répandu à travers la Tunisie et même en Andalousie. Selon Hassan Hosni Abdelwaheb, il est resté en vigueur à Kairouan jusqu’à l’époque moderne.
Mais les familles désirant protéger leurs filles pouvaient introduire bien d’autres clauses. Selon l’accord conclu, le contrat pouvait au contraire obliger à faire divorcer la seconde épouse, ou à affranchir la concubine. Il pouvait autoriser la femme à divorcer si le mari s’absentait de façon prolongée, ou s’il la chassait du domicile, ou encore s’il lui interdisait de rendre visite à sa famille. Certains contrats prévoyaient aussi l’équivalent d’un dédommagement en cas de mauvais traitement ou de répudiation : une partie de la dot apportée par l’époux était ajournée au moment du mariage, et susceptible d’être réclamée par l’épouse en cas de conflit. Voilà comment les Tunisiennes de la haute société parvenaient, dès le Moyen Age, à s’assurer un minimum de respect à l’intérieur du mariage.

D’après Mohamed Talbi, “Ma Religion c’est la liberté”, Nirvana 2011



Des Tunisiennes célèbrent la Journée Internationale des Femmes, le 8 mars

dernier devant l'Assemblée Nationale
Constituante, pour défendre le CSP, un élément essentiel de la "tunisianité".

Les Tunisiens tiennent à leur tourisme

«Nous avons assez fait pour le tourisme, maintenant on a d'autres priorités » : cette phrase prononcée par un membre éminent du précédent gouvernement résume un état d'esprit duquel le secteur n'a cessé de souffrir ces dernières années. Un état d'esprit partagé par les gouvernements successifs, qui n'hésitaient pas à arguer de "l'impopularité" du secteur pour décréter qu'il devrait désormais "se débrouiller" tout seul. Au fil des critiques dans la presse et des appels à "stopper" le développement du secteur, les professionnels eux-mêmes en sont venus à considérer que le tourisme était mal aimé par les Tunisiens, et qu'il n'avait pas d'autre légitimité que celle que lui apportait le gouvernement afin de s'assurer les emplois et les devises qu'il génère.
En initiant cette enquête pour mesurer «la perception du tourisme par les Tunisiens», nous voulions, en fait, évaluer le degré de désamour des Tunisiens par rapport au tourisme. D'autant plus, pensions-nous, que l'arrivée d'un gouvernement islamiste au pouvoir et les débats identitaires qui s'en sont suivi pouvaient jouer en défaveur du secteur.
Les résultats sont un démenti catégorique au pessimisme ambiant : les Tunisiens tiennent à leur tourisme, et demandent à ce qu'il soit développé à une écrasante majorité (95%). Ils y tiennent sans aucune réserve, ou presque, puisqu'ils ne sont que 7% à le considérer comme un « facteur d'agression des valeurs de la société tunisienne ».
Certes, ces résultats demandent à être confirmés par une enquête portant sur un échantillon plus large. Certes, nous n'avons pas de recul pour l'interprétation des chiffres à travers une enquête similaire plus ancienne. Mais ces résultats corroborent le comportement des Tunisiens observé durant les troubles de l'année dernière, puisqu'on n'a enregistré aucun incident ni contre les touristes, ni contre les lieux touristiques.
Le tourisme semble donc définitivement adopté par nos concitoyens ; d'autant mieux adopté qu'ils sont devenus eux-mêmes des clients du secteur : 72,5% des

sondés ont en effet déjà séjourné dans un hôtel en Tunisie. L’image du Tunisien content d’accueillir des étrangers n’est donc pas seulement un stéréotype pour brochures touristiques.



Mauvaise image des professionnels

Cependant, cette enquête nous révèle autre chose : les Tunisiens sont plus réservés quand il s’agit des décideurs du secteur, gouvernement et professionnels. Vis à vis du premier, ils émettent un doute quant à sa volonté de développer le secteur ; ils ne sont que 51% à y croire. Les professionnels, quant à eux, recueillent un blâme : une majorité des sondés (66%) pense que « les entreprises du tourisme sont plutôt mal gérées », et ils ne sont que 57,7% à estimer que le travail dans le tourisme est « plutôt valorisant ».
Des résultats qui reflètent en partie l’état réel de nombreuses entreprises au management hésitant. Ces réponses peuvent s’expliquer aussi par l’enlisement du problème de l’endettement hôtelier et le matraquage

médiatique qui en a découlé depuis plusieurs années. Quoi qu'il en soit, il est évident que les professionnels ont une mauvaise image auprès des Tunisiens et qu'ils se doivent de la corriger pour que le tourisme profite pleinement de l' "adhésion populaire" exprimée dans notre sondage.

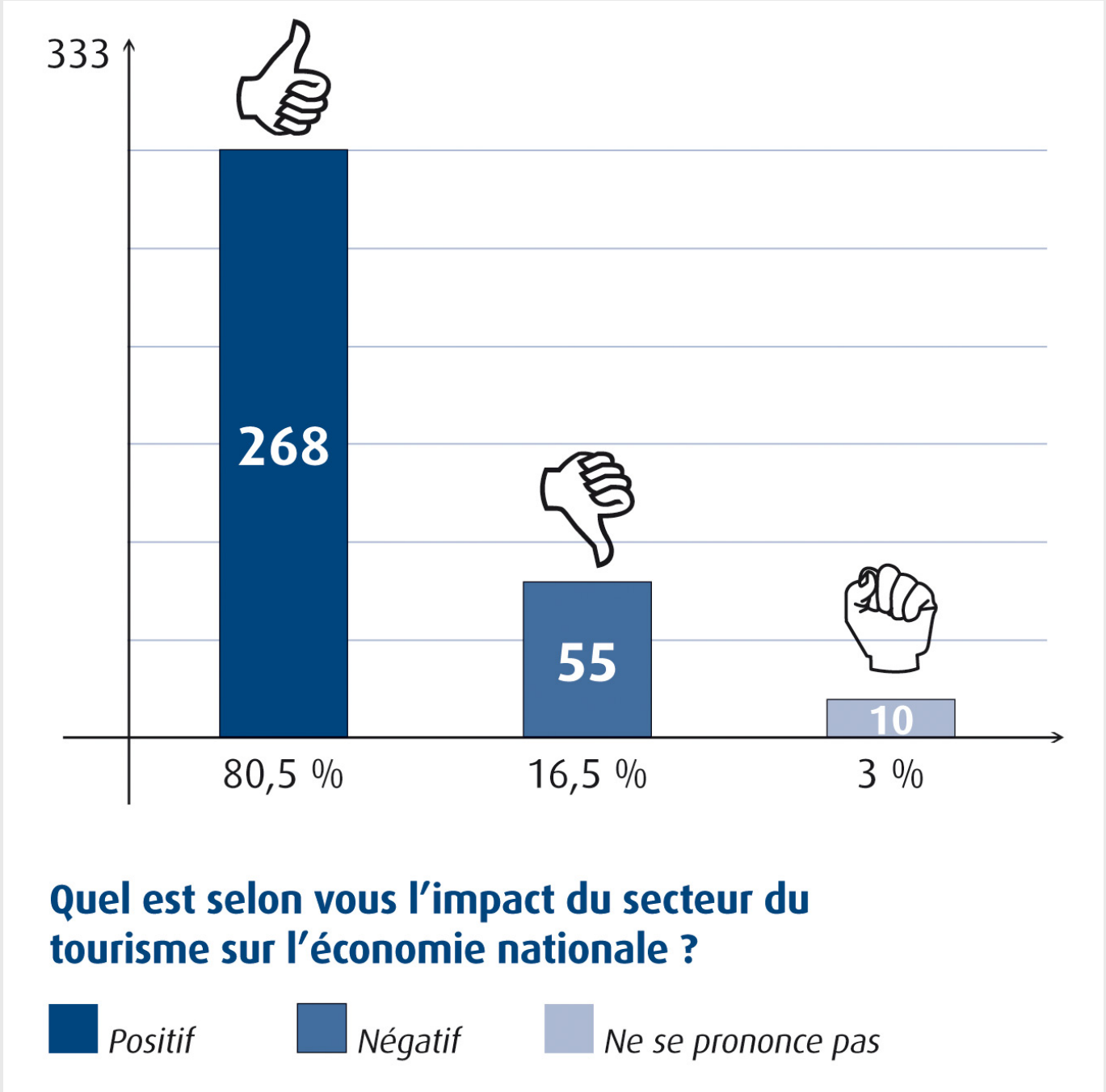


L'enquête

L'échantillon : *330 personnes âgées de 20 à 66 ans et habitants les villes de Tunis, Hammamet, Sousse, Monastir et Djerba*
Méthode d'échantillonnage : *échantillonnage dit "de convenance" où le questionnaire est soumis au 100 premières personnes qui acceptent de répondre.*
CSP : *étudiants, chômeurs, employés, cadres moyens et supérieurs et retraités, du secteur privé et public.*
Personnes ayant déjà séjourné dans un hôtel tunisien : *72,5%*
Personnes n'ayant jamais séjourné dans un hôtel tunisien : *27,5%*
Langue d'administration du questionnaire : *arabe*

Enquête réalisée par : ***Lotfi Mansour***
chef équipe enquête : ***Tarek Mosbahi***

Impact économique du tourisme



Est-ce l'effet de la crise actuelle, qui a montré l'apport du tourisme pour l'emploi en privant quelque 30 000 travailleurs du secteur de leur emploi, ou une conviction lentement acquise au vu des effets du tourisme sur l'économie ? Les Tunisiens apprécient positivement l'apport économique du secteur à 80,5% soit 268 personnes sur 333. Un noyau de 16,5% des sondés n'est cependant pas convaincu du rôle économique du tourisme.

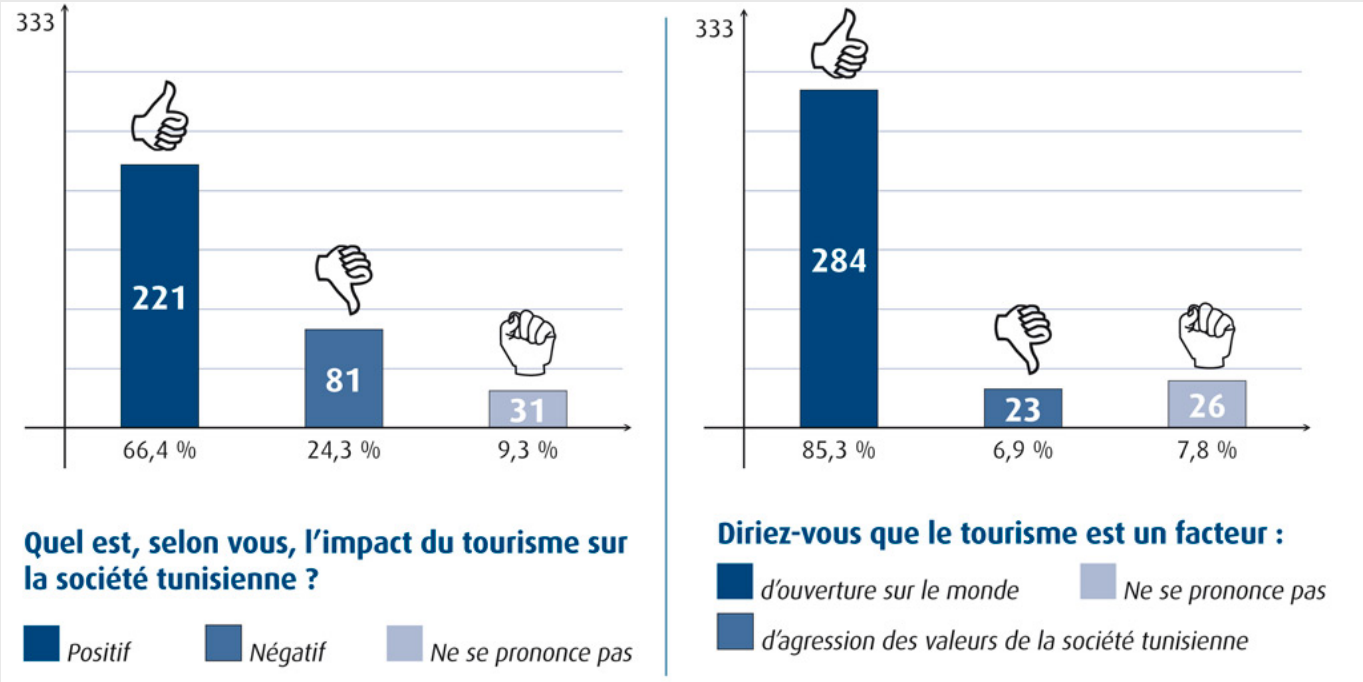
Le "front du refus"



Pour l’ensemble des réponses “défavorables” au tourisme, nous avons essayé d’établir d’après les fiches de réponses une typologie sommaire. Ce “front du refus” est composé de trois catégories socioprofessionnelles représentant a priori des types d’attitudes différents :
– des “non actifs”, étudiants ou sans emploi (y compris femmes au foyer), qui

n’ont pu travailler ou ne veulent pas travailler dans le secteur ;
– des employés d’hôtels, notamment des serveurs, dont on peut supposer qu’ils expriment une frustration plus en rapport avec leur situation professionnelle qu’avec le secteur lui-même ;
– des cadres supérieurs de sociétés ou de l’administration. Cette catégorie de haut cadres, notamment dans la finance, fait partie de “l’opposition universelle” au tourisme qu’on retrouve dans tous les pays touristiques : elle juge le secteur “pas assez sérieux” ou trop budgétivore.

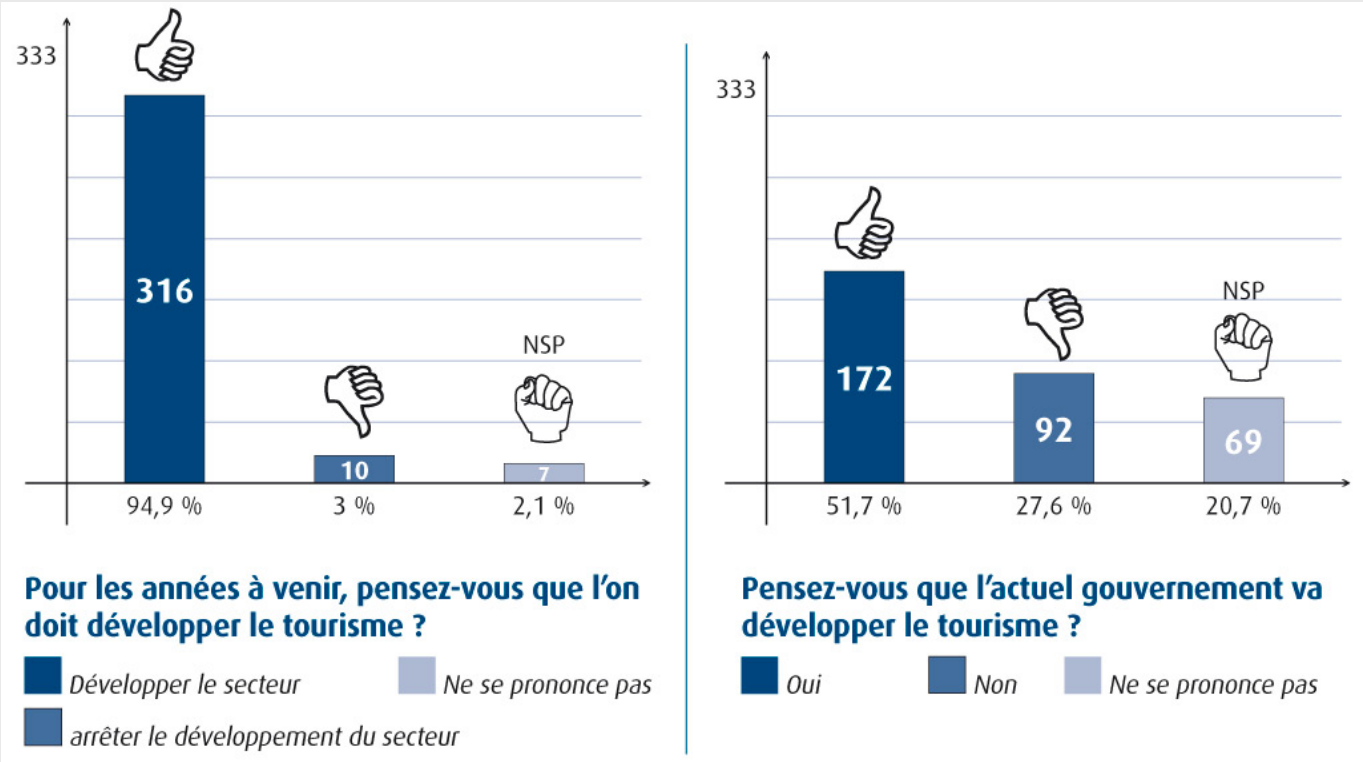
Impact social du tourisme



Conscients de la difficulté d’interprétation de cette question, nous avons essayé de l’expliciter par deux moyens :
– en la plaçant juste derrière la question portant sur l’impact économique ; « l’impact sur la société » signifie ainsi tout effet du tourisme sur la société en dehors de ses résultats économiques ;
– en complétant cette question par une autre, portant sur le rôle du tourisme comme « facteur d’agression des valeurs de la société tunisienne » (placée au 5ème rang lors de l’administration du questionnaire) ; cette question faisant plus nettement référence aux spécificités culturelles et/ou religieuses du pays.
Or le rapprochement des réponses à ces deux questions permet de constater que les Tunisiens adhèrent au tourisme comme « facteur d’ouverture sur le monde »

à une très large majorité (85, 3%), et jugent majoritairement son impact sur la société comme positif (66,4%). L'opposition au tourisme qu'on qualifierait d'idéologique ne représente que 6,9%. Si des doutes existent concernant le secteur, ils porteraient donc beaucoup plus sur le domaine économique et social que sur le domaine culturel.
Nous nous aventurerons à y lire ici une évolution significative de l'opinion des Tunisiens qui n'est sans doute pas étrangère à celle du tourisme tunisien lui-même. Nous sommes passés d'un tourisme des "trois S" – accueillant plutôt à ses débuts une clientèle de jeunes adultes, à l'image de celle des premiers clubs comme le Club Med – à un tourisme tourné vers les familles et les seniors. Formules pour les enfants et les ados, longs séjours, thalasso sont aujourd'hui des produits essentiels de notre hôtellerie. Contrairement aux idées reçues, les touristes choisissant la Tunisie sont même souvent à la recherche de ces « valeurs de la société tunisienne » et non de les agresser. A la lecture de certaines réclamations qu'ils adressent à l'ONTT, il ressort qu'ils sont eux-mêmes étonnés de faire l'objet chez nous de harcèlement et de comportements déplacés, notamment vis-à-vis des femmes ; comportements dont ils s'imaginaient qu'ils étaient bannis en terre d'islam.

Faut-il développer le tourisme ?

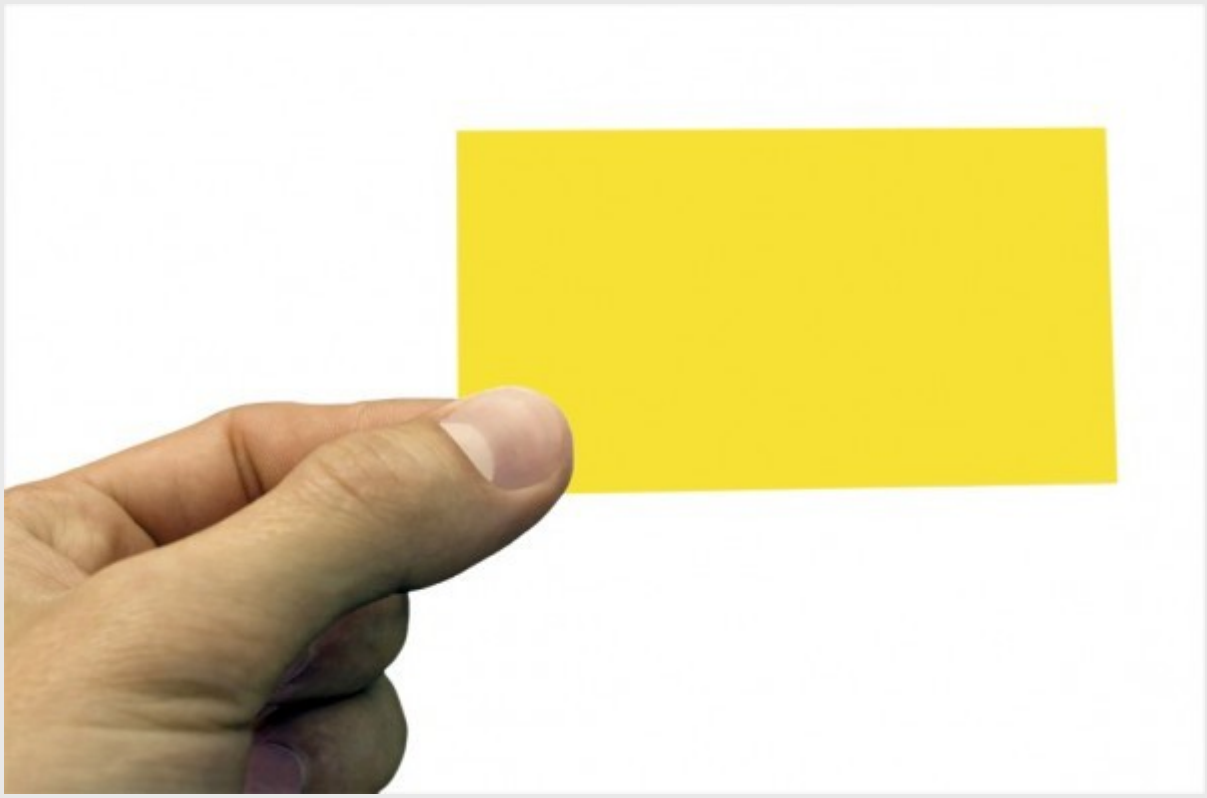


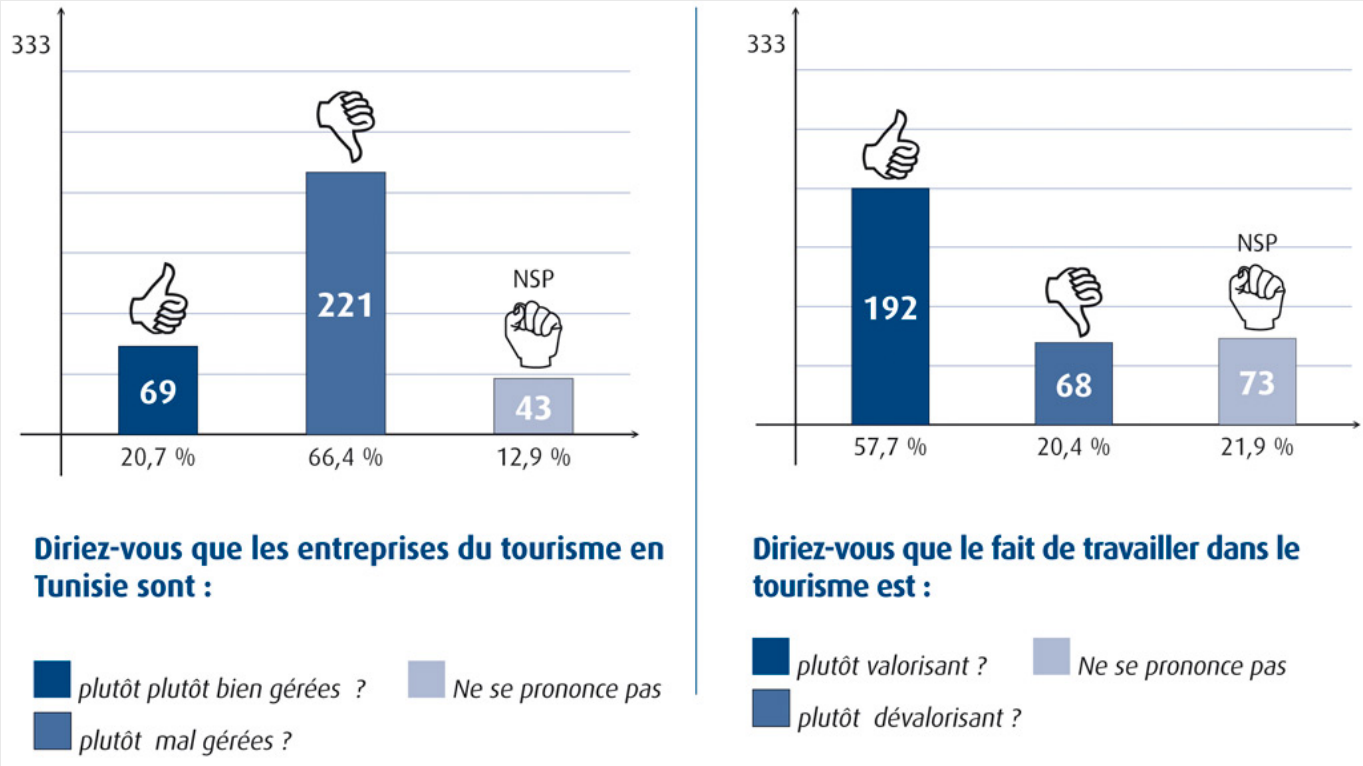
C'est, sans aucune ambiguïté, à près de 95% que les Tunisiens se prononcent pour le développement du tourisme dans les années à venir. Et ils ne sont que

3% à penser qu’il faudrait stopper son développement. On aimerait retrouver une telle unanimité chez les décideurs politiques, qui n’étaient pas loin de penser qu’il fallait laisser le tourisme “marcher tout seul” sans soutien particulier. La crise actuelle montre que ce secteur est difficilement remplaçable pour gagner les quelques points de croissance qui nous manquent ; il est aussi irremplaçable pour l’emploi des jeunes avec ou sans formation. Enfin, c’est une industrie qui ne se délocalisera pas à la moindre grève des employés.

Partagée : c’est ainsi qu’on peut qualifier l’opinion des Tunisiens vis-à-vis de l’actuel gouvernement quant à sa volonté de développer le tourisme. 51,7% des sondés croient à cette volonté. Mais on relève un taux d’abstention élevé (20,7%), signe de la perplexité des personnes interrogées – ou d’un sursis qu’ils accordent au gouvernement dans l’attente des actions qui seront menées.

Carton jaune pour les entreprises





Les Tunisiens jugent mal la gestion des entreprises de tourisme. C'était attendu et compréhensible. Quand l'endettement de ces entreprises n'a cessé de faire la une des journaux depuis des années, l'amalgame est vite créé. Les hôteliers et agents de voyages doivent corriger cette mauvaise image. Il y va de leur crédibilité en tant que chefs d'entreprises et en tant que partenaires de l'administration pour régler les problèmes d'image de la destination.

Une note plus positive face à ce jugement sévère : l'appréciation de ces entreprises et du secteur lui-même en tant qu'employeurs.

En effet, 57,7 % des Tunisiens pensent que le travail au sein des entreprises du tourisme est plutôt "valorisant" et ils ne sont que 20% à le trouver "dévalorisant".

Demain le tourisme...

On savait que notre tourisme était en grande difficulté, on pensait qu'il était aussi mal aimé ; on redoutait même qu'il finisse par perdre toute légitimité puisqu'il semblait devenir, par les temps qui courent, « politiquement incorrect ». Le sondage dont nous publions les résultats dans

ce numéro nous révèle qu'au contraire, les Tunisiens tiennent à leur tourisme, qu'ils espèrent son développement à une écrasante majorité (95%) et qu'ils sont presque aussi nombreux (85%) à considérer le tourisme comme un « facteur d'ouverture sur le monde ».
Ce plébiscite est d'autant plus agréable qu'il vient de la part de Tunisiens attentifs aux problèmes et défis du secteur. Ils ne sont en effet que 51% à croire que le gouvernement actuel développera le tourisme. Des Tunisiens qui sont encore plus réservés à l'égard des professionnels du secteur, puisqu'une majorité des sondés (66%) pense que « les entreprises du tourisme sont mal gérées ». Une belle leçon de lucidité en somme.
Ces résultats et bien d'autres (**voir notre enquête**) sont à méditer et surtout à confirmer par une plus grande étude. Mais ils nous permettent d'ores et déjà de comprendre l'absence d'incidents contre les touristes et les lieux touristiques depuis la Révolution : le tourisme bénéficie d'une grande adhésion populaire, et c'est pour cela qu'il a encore de beaux jours devant lui en Tunisie.

L'espoir est permis, si…

Les échos qui nous parviennent des marchés européens semblent indiquer un espoir de "repêcher" la destination et de sauver la saison, avec des ventes en hausse pour Pâques et l'été, même si les mois de février et mars s'annoncent mauvais. Les consommateurs des quelques marchés qui ne sont pas trop soumis au matraquage médiatique, ou ceux qui ne lui accordent qu'un crédit relatif, se remettent à juger la destination selon son véritable (et unique) avantage concurrentiel : son rapport qualité/prix. Cependant, pour transformer ces "bonnes dispositions" en véritables réservations et les faire durer jusqu'à l'été, il nous faut bien assurer deux conditions.
…si le gouvernement gouverne
Au-delà des polémiques tuniso-tunisiennes sur le degré de gravité des incidents salafistes provoqués ça et là dans le pays, une chose est certaine : les Européens ne nous feront pas un traitement de faveur ; ils réagiront à notre égard comme ils réagissent pour ces mêmes évènements quand ils se passent chez eux. Comme lorsqu'il s'agit de leur ville ou de leur pays, ils ne prêteront qu'une oreille distraite aux histoires de grèves et de

sit-in, auxquelles ils sont habitués voire blasés ; mais ils s'inquiéteront des "violences salafistes" chez nous, comme ils se sont inquiétés de ce type de phénomène chaque fois qu'il se manifestait chez eux. Notre gouvernement provisoire devrait donc cesser de couper les cheveux en quatre et faire un choix : soit sauver le tourisme et ses emplois, soit sauver les quelques voix des salafistes en vue des prochaines élections. Les récentes déclarations du ministre de l'Intérieur sur Hannibal TV à propos du niqab qui « n'a rien à voir ni avec la Tunisie, ni avec l'islam » constituent un premier pas dans ce sens.

…si l'ONTT se réveille

Il y a dix ans, l'étude de la Banque Mondiale épinglait les actions de promotion et de communication menées par l'ONTT comme étant « peu innovantes et reproduites de manière répétitive d'une année sur l'autre ». Ses cadres d'aujourd'hui font de leur mieux pour toujours reproduire ce qu'ils ont pu apprendre de leurs anciens patrons il y a trente ans, du temps où l'ONTT était aussi une succursale de l'ATCE : invitation de TO et de journalistes, dîners et réceptions, voyages pour encore rencontrer des TO, et voyages encore pour des dîners et des réceptions. Des dîners et des réceptions à 100 000 euros par soirée, pendant lesquels on se lamentera encore sur l'exiguïté du budget qui ne nous permet pas, hélas, de passer dans les télés ; tout en continuant à être absents des sites internet de voyages et de Facebook (et pourtant une campagne virale coûte moins de 50 000 euros pour deux ou trois semaines, soit la moitié d'un dîner ONTT). Et quand le budget est doublé, comme ce fut le cas l'année dernière, on le dépense en affiches dont le visuel représente un golf… américain.

De telles erreurs auraient débouché dans n'importe quelle entreprise fonctionnant normalement sur des licenciements secs pour « faute grave » ; pas à l'ONTT. Après une telle bourde à 30 millions d'euros, son Directeur général et son Directeur du marketing ont même cru, ou laissé dire, qu'ils pouvaient être prétendants au poste de… ministre du Tourisme.

Il est vrai aussi que les gouvernements successifs de ces dernières années ont préféré faire la sourde oreille aux appels à réformer l'ONTT et à lui donner la souplesse et les compétences que nécessite sa mission. Aujourd'hui, on se retrouve avec des novices en marketing pour gérer des milliards. Alors, là aussi, la responsabilité de tous est de faire un choix : soit former un cabinet de crise (et de marketing de crise) capable d'affronter la situation actuelle et de dépenser à bon escient le budget de 65 millions de dinars, soit affecter une grande part de ce budget (qui est énorme au vu de la situation du pays) à équiper une police touristique et à nettoyer nos rues,

nos villes et nos plages – et à le faire savoir sur nos marchés.
