Contre-proposition de la FTH

En réponse aux mesures annoncées en faveur du secteur du Tourisme, la FTH se félicite, dans un communiqué, de l'attention accordée au secteur par le gouvernement, et émet néanmoins quelques réserves, notamment par rapport aux crédits envisagés pour les entreprises du Tourisme et leurs modalités d'octroi.

Ces crédits, précise le communiqué, vont *« aggraver l'endettement déjà très élevé du secteur et fragiliser ses entreprises qui n'ont aucune visibilité quant à la reprise de leur activité »*.

La FTH propose à ce propos que les crédits soient octroyés directement aux salariés, puisque les entreprises *« ne peuvent se substituer au rôle social de l'Etat… »*.

Ce communiqué semble venir en écho à l'affirmation du Ministre du Tourisme selon laquelle *« une entreprise, c'est d'abord son personnel »*. La réponse de la FTH semble être : « une entreprise, c'est d'abord des clients », pour la satisfaction desquels elle alloue des moyens humains et financiers.

Sans perspective d'activité, toute allocation de moyens s'apparente à une « faute de gestion » et notamment dans le secteur des services où aucun stockage de la « production » n'est possible : un lit vide, un siège d'avion ou de bus vides sont perdus à jamais.

Et c'est pour cette raison que le premier budget à établir pour une entreprise est le budget Marketing & Ventes, duquel découle le reste des budgets, et qu'on n'a jamais vu une entreprise établir sa stratégie selon son budget de personnel. Le faire serait une faute grave à l'encontre de l'entreprise qui s'apparenterait à la création d'emplois fictifs, puisque « tout travail mérite salaire et tout salaire doit correspondre à un travail ».

Ce malentendu ne pourra donc être dissipé que par l'annonce d'un plan de relance, qui doit contenir l'ouverture dès le mois de juillet des marchés européens (comme c'est déjà le cas pour d'autres destinations africaines), ce

à quoi notre gouvernement s’activerait actuellement.

Lotfi Mansour

Le communiqué de la FTH

Reprise du tourisme international en juillet : c’est possible !

Attendre le mois de septembre pour accueillir les touristes européens n’est pas une fatalité. C’est ce que viennent de prouver certaines destinations d’Afrique du Nord, qui ont pu convaincre les autorités allemandes de les faire figurer parmi les destinations qui pourront accueillir des vacanciers allemands à partir du mois de juillet. Cette décision pourrait entraîner l’ouverture d’autres marchés européens, le marché allemand servant de référence en la matière.

Au vu de son bilan dans la lutte contre le Covid19 et du nombre minime de cas enregistrés et de décès, la Tunisie est logiquement aussi bien placée pour accueillir ses premiers touristes européens dès juillet.

C’est à cette information que faisait référence le Ministre du Tourisme et de l’Artisanat, Mohamed Ali Toumi, lors de son passage hier sur Elhiwar TV. Il nous reste maintenant à faire connaître notre bilan et notre niveau de préparation pour bien accueillir les clients.

Dans ce contexte, la communication sur le protocole sanitaire *Ready & Safe* devient urgente, le succès des trois étapes de déconfinement sera important, et le rôle de notre diplomatie déterminant.

Lotfi Mansour

Des mesures, pas encore de plan de relance

Le Ministre du Tourisme a annoncé des mesures à même de soulager la trésorerie des entreprises du secteur. Des mesures qui soulèvent cependant quelques questions.

Lors de sa conférence de presse tenue aujourd'hui, le Ministre du Tourisme et de l'Artisanat a annoncé notamment les détails de la ligne de crédit de 500 millions de dinars auprès des banques, et dont seulement 100 millions seront garantis par l'Etat.

Ces crédits seraient octroyés pour une durée de 7 années avec période de grâce de 2 ans aux seules entreprises du tourisme et de l'artisanat, à un taux dit bonifié *« ne dépassant pas le taux monétaire du marché »*, et à la condition expresse que les entreprises bénéficiaires aient préservé et préservent à l'avenir tous les emplois existant avant la crise.

Exceptionnel, ce taux (6,75%) n'en demeure pas moins supérieur à la rentabilité attendue pour le secteur en l'absence de perspective d'activité même partielle. Le Ministre parle d'un niveau d'activité *« avoisinant zéro d'ici mars 2021 »*.

Ces crédits généreront de ce fait un surcoût, qui s'ajoutera à ceux qu'occasionnera le nouveau protocole sanitaire. Il s'agit donc d'une pilule bien amère que nos entreprises seront contraintes d'avaler pour survivre.

De plus, parmi les conditions d'éligibilité à cette ligne de crédit, l'entreprise bénéficiaire devrait justifier d'une baisse de son chiffre d'affaires d'au moins 25% en mars et d'au moins 40% en avril. Mais quid des nombreux hôtels saisonniers qui n'ouvrent habituellement qu'au mois de mai ?

Pas de quoi pavoiser donc. Le salut des entreprises du tourisme demeure dans une relance rapide de l'activité. A ce propos, le Ministre parle d'un plan

d’action qui sera annoncé incessamment sous peu.

Attendons et croisons les doigts.

Lotfi Mansour

Plages aménagées : Yarhmek Ya Slah Maâoui !

Le travail d’un ministre est-il de proposer des solutions ou de compliquer les problèmes ? Manifestement, pour A. Mekki, son travail de Ministre de la Santé consiste à compliquer celui de son homologue du Tourisme, qui semble se complaire dans son rôle de victime consentante.

En effet, entre un cours d’aérobic à la Maréchal Ammar et une apparition en vélo – mobilisant quand même quelques fonctionnaires gardes du corps ou assistants –, monsieur Mekki nous déclare qu’il sera toujours interdit de nager à la plage. Pourquoi ? comment ? jusqu’à quand ? On ne le saura jamais.

Pourtant on aurait pu procéder, à l’instar d’autres destinations concurrentes, à l’ouverture des “plages privées”, qu’on appelait chez nous “plages aménagées”, lancées par le défunt Ministre du Tourisme Slah Maâoui, avec tout ce qu’il fallait comme cahier des charges, logo, etc. et aujourd’hui quasiment disparues sous le flot des indécisions “révolutionnaires”.

Faute d’avoir des idées nouvelles, pourquoi ne relance-t-on pas celles qui ont marché par le passé ? L’ouverture de quelques plages aménagées aurait permis de montrer au monde entier que “ça marche” chez nous aussi.

Mais que dire devant l’incurie de ces apprentis ministres ? Yarhmek Ya Slah Maâoui.

Lotfi Mansour

A quoi s’occupe notre Ministre ?

Plus de deux mois après le début de la crise du Covid19, les entreprises du tourisme vivotent de promesses qui ne feront qu’attendre. Comme des naufragés, ils s’accrochent à l’épave qu’est devenu leur secteur ; des naufragés aux poings liés puisqu’ils ne peuvent répondre aux questions que leur poseront inéluctablement les tour operators, les agences de voyages et les clients locaux : quand est-ce que vous ouvrez vos hôtels ? Quand est-ce que vous ouvrez votre espace aérien ? Quand est-ce que vous informez sur votre protocole sanitaire ? Est-ce que votre gouvernement est en train de négocier des “pactes de réciprocité” comme le font l’Italie, l’Espagne, la France et l’Allemagne ? Et si oui, avec qui ?

Aucune réponse à ces questions, ni même à celle du début de l’autorisation de déplacement entre régions du pays ; ni à celle de savoir s’il y aura un plan pour le tourisme local ; ni même concernant le fameux fonds de garantie de 500 millions qui ne sera, en l’absence de mesures de relance de l’activité, qu’un boulet de plus aux pieds des entreprises qui couleront ainsi plus rapidement. Sinon, à quoi cela rime d’octroyer des crédits (même à taux bonifié) pour des entreprises à l’arrêt ou avec si peu d’activité, et dont on augmente tous les coûts d’exploitation ?

A toutes ces questions, le Ministre du Tourisme et de l’Artisanat répond par des promesses qui n’engagent que ceux qui les croient, des webinars à mourir d’ennui, des réunions avec son homologue des Finances qui n’aboutissent apparemment pas encore à des décisions, et des photos bien léchées avec ses équipes, avec des ambassadeurs, et mêmes des éboueurs.

Est-ce seulement à ça que s’occupe notre Ministre, ou doit-on donner du crédit aux rumeurs… ?

Lotfi Mansour

Tourisme : limiter les “fuites”, un préalable à la réforme

Avec le Covid19, nous avons à repenser notre tourisme. Et pour cela, commençons par répondre à la question de l’ancien Gouverneur de la BCT, Chedly Ayari : les recettes touristiques subissent-elle ce qu’il appelait « une hémorragie » ? Si oui, comment et pourquoi ?

Manifestement, le gouvernement s’intéresse plus à sa survie qu’à celle de l’économie tunisienne. La dernière interview de son Chef est une illustration de ce désintérêt. L’absence à ce jour, de la part du Ministère du Tourisme, de vraies mesures d’amortissement du choc de la crise en est aussi une. L’absence d’une communication agressive pour montrer les bons résultats obtenus par notre pays sur le plan sanitaire ainsi que pour faire connaître le protocole sanitaire en préparation, ou l’absence d’un plan d’urgence pour la relance du tourisme local en sont d’autres.

Mais il semble que *« le mlih yebta »*, et qu’on ne perd rien à attendre les fameuses mesures tant et tant annoncées. En attendant ce jour béni, on peut déjà penser à l’après-Covid.

Après-Covid : arrêter l’hémorragie

Doit-on continuer à développer ce secteur et comment ? Quel est l’apport du tourisme pour l’économie nationale ? Comment pérenniser le tourisme ? Des questions qui deviennent lancinantes depuis le “pavé dans la marre” lancé par le Gouverneur de la Banque Centrale, Chedly Ayari, un certain 16 mai 2017 : *« On parle du retour du tourisme sans voir où sont les revenus de ce secteur. Il y a encore une hémorragie qui continue et nous ne pouvons poursuivre sur ce rythme »*, assénait-il.

Une déclaration qui en disait trop ou pas assez, et qui en a agacé plus d'un dans le secteur, et conforté tous ceux qui s'opposent à une politique de soutien au tourisme.

Une déclaration qui a peut-être aussi contribué à enterrer définitivement le projet de *« Livre blanc »* proposé par la FTH et l'Association des Banques pour résoudre le problème épineux de l'endettement hôtelier. Depuis, la FTH a commandé une étude au cabinet KPMG qui en a dévoilé les résultats en grande pompe devant le Chef du gouvernement d'alors (juin 2019), et qui évaluait la contribution directe du secteur à 8,6% du PIB (soit 7,8 milliards de dinars, PIB 2018) et son poids global à 14% du PIB national (soit quelque 13 milliards de dinars). Mais point de réponse sur *« l'hémorragie »*.

En pleine crise du Covid19, le 20 avril 2020, soit dix mois après l'étude KPMG, le Ministre du Tourisme, Mohamed Ali Toumi, tentait à sa manière de répliquer à M. Ayari ou à ceux qui partagent son avis : *« L'argent du Tourisme, affirmait-il, c'est 9 milliards de dinars soit un quart du budget de l'Etat ».*

Concernant *« l'hémorragie »* dont parlait M. Ayari, le Ministre choisit donc de passer par le couloir *« rien à déclarer »* tout en exprimant le souhait de *« libérer le pèlerinage »*, comme il l'avait fait pour la Omra du temps où il était Président de la FTAV.

Limiter les "fuites" pour garder les recettes dans le pays

En écoutant cela, on ne peut s'empêcher de penser aux chiffres (désastreux) de l'économie tunisienne et de sa balance commerciale ainsi qu'à la fameuse déclaration de l'ex-Gouverneur de la Banque Centrale. La libération de la Omra (242 millions de dinars sortis en devises en 2018) n'a-t-elle pas participé à *« l'hémorragie »* dont il parlait ? Cette hémorragie n'est-elle pas la résultante d'une politique touristique qui, année après année, a perdu de vue l'essentiel de ce secteur, à savoir les recettes et plus précisément ce qui en reste en Tunisie et dans les caisses de l'Etat ?

Des politiques économiques et touristiques qui font que le taux de couverture du déficit commercial par les recettes touristiques est tombé à quelque 25%, alors qu'il était supérieur à 50% avant 2010. D'un côté, lâchage du Tourisme, secteur exportateur par excellence ; de l'autre, explosion des importations.

Des politiques qui ont peut-être favorisé ce que les économistes du tourisme appellent les “fuites”.

Ces fuites ont très peu à voir avec des devises laissées à l’étranger par des entreprises autochtones, mais beaucoup à voir avec l’organisation de la filière touristique et ses centres de profit. Bref, avec la politique touristique du pays.

Les fuites étaient estimées à *« 85% dans les Pays les Moins Développés (PMA), de 80% dans les Caraïbes et de 10% à 20% dans les pays en développement les plus avancés et les plus diversifiés »* (1). Certaines de ces fuites ne sont même pas visibles dans le Compte Satellite du Tourisme (CST) – pour les pays qui en disposent, ce qui n’est pas le cas de la Tunisie – comme par exemple le rapatriement des bénéfices de la part de groupes internationaux installés dans le pays d’accueil, et dont on retrouve la trace dans la balance des paiements.

Il semble donc évident que toute réforme digne de ce nom se doit d’essayer d’identifier ces “fuites” pour en limiter l’effet, et de proposer une politique favorisant les recettes finales du secteur : celles qui restent dans le pays.

Les grands pays touristiques ont un tourisme interne important

A ce stade, une définition du secteur touristique s’impose. Celle que donne le CST nous semble la plus opportune pour notre propos. En effet, dans un CST, on distingue trois catégories de tourisme :

- le tourisme interne (que nous appelons tourisme local) ;
- le tourisme récepteur (qui désigne selon le CST les exportations de services touristiques) ;
- le tourisme émetteur (qui désigne selon le CST l’importation de services touristiques).

Toute politique touristique devrait avoir pour souci de maximiser les effets (donc les recettes) de ces catégories pour l’économie du pays, tout en limitant les “fuites”. Dans cette optique, toute politique doit encourager le tourisme local et l’exportation de services touristiques (tourisme récepteur) et veiller à l’amélioration du taux de couverture de la balance touristique,

c’est-à-dire le rapport tourisme récepteur/tourisme émetteur x 100.

La part du tourisme émetteur est souvent minime pour les grands pays touristiques qui ont un tourisme interne important. Pour les trois premières destinations mondiales, cette part est respectivement de 50% du PIB du tourisme pour le cas de l’Espagne, plus de 60% en France et quelque 85% pour les USA.

Et chez ces pays, le tourisme émetteur profite parfois plus à eux-mêmes qu’au pays d’accueil grâce à l’internationalisation des entreprises du tourisme et à l’exportation de produits divers. Ainsi, un Espagnol choisissant un voyage organisé a 90% de chances de le faire en Espagne ; et dans le cas où il choisit de le faire hors d’Espagne, il voyagera souvent dans un avion sous pavillon espagnol, habitera probablement dans un hôtel sous enseigne espagnole, et circulera dans une voiture fabriquée en Espagne… et avec un peu de chance, il mangera du chorizo espagnol et agrémentera ses repas avec une bouteille de rioja ! Autant de dépenses qui “fuiront” le pays d’accueil et viendront conforter les recettes du pays émetteur.

Ce qui est vrai pour l’Espagnol l’est encore plus pour le Français ou l’Allemand.

Les multiples causes de fuites

Plus globalement, on peut établir une liste (non exhaustive) des fuites possibles pour notre pays et son tourisme tel qu’il est pratiqué depuis des décennies :

- les circuits informels, notamment pour les visiteurs algériens et libyens. Pour le marché algérien par exemple, on ne compte en 2018 que 732 000 arrivées dans les hôtels sur 2,7 millions d’arrivées aux frontières, soit seulement 27%, le reste est dans l’informel et échappe au Trésor Public, comme on peut soupçonner qu’une partie échappe même du pays ;
- le voyage en avion et les circuits/excursions sont de plus en plus assurés par nos partenaires TO européens, dont les plus grands ont leurs propres réceptifs dans le pays ;
- des importations sont effectuées au titre du tourisme (lors de la construction des hôtels, voitures 4×4 et autres pour les agences de

voyages, certains produits de consommation…) ;

- les hôtels en location, en gestion pour compte ou en franchise des enseignes internationales aboutissent à la “fuite” d’une partie des recettes qui seront rapatriées ;
- les dépenses touristiques de l’Etat – infrastructures, promotion à l’étranger, publicité conjointe avec les TO, soutien des TO à l’aérien – favorisent aussi des sorties de devises ;
- la pression sur les prix exercée par les grands TO aboutit à amoindrir les sommes restant pour le pays d’accueil.

En confinant le tourisme local dans une situation de “marché d’appoint”, en développant peu de produits hors TO dans l’hébergement et surtout dans les circuits/excursions (absence totale des agences tunisiennes des grandes plateformes de vente de visites et excursions telles que Get Your Guide), nous n’avons fait qu’aggraver la fameuse *« hémorragie »*.

1,6 milliards de dinars de sorties de devises

A supposer que ces facteurs de “fuite” s’apparentent parfois à une donnée du marché, pourquoi nous sommes-nous acharnés depuis 2010 à détruire notre balance touristique ? En effet, le rapport tourisme récepteur/tourisme émetteur n’a fait que se détériorer : il était de 5,1 en 2010 et n’était plus que de 3,2 en 2018. Selon le dernier rapport disponible de la BCT, les sorties de devises au titre des voyages étaient en 2018 de 2 288 millions de dinars, dont 1374 millions pour motif de tourisme (+ 24%) et 242 millions de dinars dus aux *« pèlerinage et Omra »* (+ 17%).

Sans compter les fameuses fuites, cela nous fait ainsi plus de 1,6 milliards de dinars à retirer des 9 milliards annoncés par le Ministre du Tourisme. Dans ces conditions, à quoi pourrait aboutir le “militantisme” de notre Ministre du Tourisme en faveur du tourisme émetteur, qu’il soit religieux ou pas ?

Il est donc plus que temps qu’on revienne sur terre, et qu’on planifie en faveur d’un tourisme au service de l’économie tunisienne, de ses entreprises et – osons le dire – de sa population. Une politique dont le maître mot devrait être la maximisation des recettes restant dans le pays.

Au lieu, par exemple, de faire du lobbying pour les agences de voyages

spécialisées en Omra, Haj et outgoing, le ministère du Tourisme devrait se pencher sur l'hécatombe survenue ces dix dernières années au sein des agences de voyages MICE ; un secteur de tourisme à haute valeur ajoutée pour lequel il n'y a eu ni budget, ni politique de promotion dédiés.

Le tourisme social au secours du tourisme local

Autre exemple : au lieu de répéter à tout bout de champ "impact social du tourisme" (sous-entendu grâce aux emplois créés), il est peut-être temps aussi de parler de "tourisme social".

Des mécanismes de soutien ou d'aide existent ailleurs pour permettre au plus grand nombre de citoyens d'accéder au tourisme dans leur pays : jeunes, familles à revenu modeste… Pourquoi pas en Tunisie ? Ce serait un bon moyen de consolider le marché local, de réconcilier les Tunisiens avec le secteur et, disons-le, de mettre en pratique le principe de *« droit aux loisirs »* inscrit dans notre Constitution.

Dans cette crise du Covid, l'Etat n'est-il pas capable de lancer un "package vacances familiales" (2) qu'il subventionnerait au tiers ? En allouant le même montant que celui consenti aux médias audiovisuels, c'est-à-dire 20 millions de dinars, l'Etat permettrait la commercialisation de 40 000 forfaits familiaux qui s'ajouteraient au reste des réservations des Tunisiens, et permettront peut-être à des citoyens de partir pour la première fois en vacances chez eux, de découvrir leur pays… Et par là-même, à des entreprises actuellement à l'arrêt de bénéficier d'une bouffée d'oxygène.

Lotfi Mansour

NB : une politique de tourisme au service de l'économie tunisienne, de ses entreprises et de sa population, tel est l'objet du livre que je publierai prochainement sous le titre* « Changer le tourisme, pourquoi et comment ? »*. LM

(1) « La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination », G. Caire et P. Le Masne (2007).

(2) Pour une famille de 4 personnes (répondant à un critère de revenu maximal) et sur la base d'une nuitée négociée à 70 DT, le séjour pour 6 nuits

reviendrait à 1250 dinars incluant une marge d'agences de voyages de 15% (50% de remise pour les 2 enfants). Comprenant une excursion et une visite de site ou de musée, ce package reviendrait à 1500 DT, dont l'Etat pourrait prendre en charge 500 DT.

Covid19 : les hôtels Radisson Blu sous label SGS

Radisson Hotels Group a choisi SGS, le leader mondial de l'inspection, du contrôle, de l'analyse et de la certification, pour son protocole sanitaire contre le Covid19 : le *Radisson Safety Protocol*.

Véritable label garantissant de hauts standards de propreté, d'hygiène et de sécurité, le *Radisson Safety Control* sera délivré aux différents hôtels Radisson après un audit approfondi.

Ce protocole comprend *« la présence de stations de désinfection des mains à chaque entrée, l'utilisation d'équipements de protection individuelle (EPI) et d'écrans de protection, une fréquence de nettoyage et de désinfection accrue et dûment consignée, et une distanciation sociale dans toutes les zones de ses hôtels, y compris dans les salles de réunion et de conférence. En outre, le personnel bénéficiera d'une formation aux directives sanitaires de l'Organisation Mondiale de la Santé et des différents organismes locaux de contrôle des maladies, et d'un rappel des normes de sécurité alimentaire »*, précise le communiqué du Groupe.

Pour les hôtels du groupe, ce protocole vient renforcer les normes d'hygiène et de sécurité déjà existantes au sein des hôtels, et son adoption s'inscrirait dans une nouvelle vision de la gestion hôtelière, comme le précise Federico J. González, CEO de Radisson Hospitality AB et président du comité de pilotage mondial de Radisson Hotel Group :

« Le monde a été profondément transformé par le Covid19. Il est donc essentiel que nous nous efforcions de protéger tous ceux qui travaillent,

séjournent et collaborent avec nous alors que nous ouvrons nos portes à une nouvelle ère dans l'histoire du voyage. Pour ce faire, nous avons examiné en profondeur tous les aspects de l'expérience hôtelière et nous sommes fiers de nous être associés à SGS pour créer notre programme Radisson Hotels Safety Protocol. »

Ainsi, Radisson Hotel Group inclura dans son engagement ce protocole *« qui comprendra 20 étapes, suivies d'un protocole supplémentaire de 10 étapes applicables aux réunions et aux événements. Le groupe prévoit d'achever tous les détails opérationnels de ce programme dans les semaines à venir. Les principes à l'étude sont les suivants :*
– augmentation de la fréquence de nettoyage et d'assainissement de toutes les zones de l'hôtel, en accordant une attention particulière aux objets qui sont souvent manipulés ;
– installation de points sanitaires équipés de gel hydro-alcoolique et de gants à l'entrée et dans les zones communes de l'hôtel ;
– toutes les clés des chambres seront désinfectées et remises en toute sécurité lors du check-in ;
– un système de check-out express sera proposé pour réduire les contacts ;
– méthodes de paiement sans espèces disponibles et encouragées ;
– affichage des procédures de nettoyage et de désinfection sur les portes de chaque chambre ;
– programmes complets de formation à l'hygiène et à la prévention pour les collaborateurs ;
– les employés recevront un équipement de protection individuelle, tel que des masques et des gants. »

Federico J. González, CEO de Radisson Hospitality AB
et président du comité de pilotage mondial de Radisson Hotel Group



DER Touristik fin prêt pour l’ouverture de ses hôtels

Le groupe allemand DER Touristik Hotels & Resorts (DTHR) annonce la mise en place d’un protocole sanitaire *« complet, sûr et rapide »* pour ses hôtels à travers le monde. Ce protocole a été conçu au regard des recommandations de l’OMS, des directives locales propres aux destinations, et avec le concours d’un laboratoire de renommée dirigé par le Dr Andreas Kneißler.

Ainsi les hôtels aux enseignes du groupe (Sentido, lti, Calimera, PrimaSol, COOEE et Playitas) bénéficiant de ce programme pourront accueillir leurs clients *« le plus tôt possible »* et *« en coopération avec les instances nationales et internationales »*, précise le communiqué de la firme allemande.

Outre les opérations de désinfection, le protocole recommande des ajustements spatiaux dans les zones communes de l'hôtel comme, par exemple, l'augmentation des distances entre les sièges ou, en cas de nécessité, l'équipement des réceptions de barrières de protection en plexiglas.

Autre recommandation de ce programme, la désignation par les hôtels d'une personne responsable de la surveillance du respect des normes du protocole. *« La protection de nos clients et de nos employés est notre priorité absolue. Notre concept est un document évolutif et ambitieux qui permet à nos hôteliers du monde entier de fournir cette protection d'une manière optimale et la plus rapide possible, et ainsi de se conformer aux réglementations officielles des destinations respectives »*, explique Christian Grage, Directeur Général de DTHR.

Rappelons que le groupe compte 7 hôtels en Tunisie sous ses différentes enseignes.

Photo : l'hôtel lti Bellevue Park à Port El Kantaoui

Christian Grage, CEO DER Touristik Hotels & Resorts, entouré de Foued Lejmi (Directeur Général DTS Tunisie & Contracting Manager, à gauche) et Karim Baaziz (Directeur des Opérations) au salon ITB Berlin en 2019



Tunisair, une entreprise “gâtée” ?

« *Tunisair est une entreprise gâtée.* » Ainsi parlait le Ministre d’Etat chargé du Transport. En arabe comme en français, cela veut dire qu’elle est choyée à l’excès.

Et là on s’aperçoit de la dose d’humour (noir ?) de ce membre du

gouvernement, et donc représentant du principal actionnaire de Tunisair, l'Etat…

Un Etat qui lui refuse depuis des années (bien avant 2011) un plan de restructuration. Un Etat qui lui a imposé le recrutement de quelques milliers de salariés après 2011, tout en paralysant ses structures avec l'affaire dite "de l'emploi fictif"… "emploi fictif" qui a permis à un certain Harouni, alors Ministre du Transport, de jouer au Monsieur Propre en jetant les hauts cadres de Tunisair qui en prison, qui devant les juges.

Aujourd'hui, Monsieur Propre a changé de nom mais pas de méthode : saper le moral des cadres de notre compagnie nationale pour mieux les remplacer.

C'était déjà le cas avec M. Harouni quand il a rappelé le représentant de Tunisair à Paris sur fond de rumeur de corruption, pour mieux y nommer un certain S.B., aujourd'hui candidat au secrétariat général de Tunisair.

Les mêmes méthodes, donc, pour grignoter le peu de chair qui reste sur une compagnie squelettique. Une compagnie que la crise de Covid19 finira par achever après avoir tant attendu son plan de restructuration.

Le nouveau Monsieur Propre veut, tout en ignorant ce plan de restructuration (selon le SG adjoint de l'UGTT transport), jouer au "cost killer" en fermant des représentations et en jetant en pâture une nouvelle affaire de corruption qui durerait depuis plus de deux ans et que ni son prédécesseur, ni les structures de son ministère ni celles de celui des Finances n'ont pu détecter. N'aurait-il pas mieux fait d'arrêter la véritable hémorragie que cause la non-restructuration de Tunisair ?

Le Petit Larousse nous apprend que le sens premier du verbe "gâter" est : "altérer en pourrissant". C'est bien ce qu'ont fait les gouvernements successifs avec Tunisair.

Lotfi Mansour

Protocole sanitaire : bien faire et le faire savoir

La première mouture du projet de protocole sanitaire pour les établissements de tourisme est fin prête. Il s’agit maintenant d’en informer les partenaires et clients étrangers.

Le projet de Protocole Sanitaire du Tourisme Tunisien Covid-19 soumis aujourd’hui aux professionnels est long, détaillé et contraignant, ce qui lui vaut d’être accueilli avec circonspection par certains.

Cependant, la logique de ce protocole, avec laquelle tous les opérateurs sont d’accord, est de prévenir et d’empêcher la propagation du virus. Pour ce faire, nos hôtels et agences de voyages ne partent pas de zéro, ils ont eu à gérer sans aucun problème, en plein Covid, le rapatriement de leurs clients, l’accueil des Tunisiens rapatriés et mis en quarantaine, et même parfois continué à héberger leurs clients européens à ce jour (comme le Sindbad avec des clients italiens).

Le hic, c’est qu’on ne dispose plus de beaucoup de temps pour trouver un nom à ce PSTT anti-Covid-19 (c’est le nom officiel pour l’instant), sortir sa version finale en plusieurs langues et en informer nos partenaires et clients.

Le cas du Portugal, qui a opté pour un label optionnel et une information en continu sur le site officiel Tourismo de Portugal, est à méditer. Le choix du nom “Clean & Safe”, rassurant et non alarmant, est aussi un exemple à suivre.