Compétitivité : regagner le terrain perdu

Classée au 85e rang mondial en 2019 alors qu'elle était 39e en 2008, la Tunisie a perdu beaucoup de sa compétitivité. L'amélioration de l'index de compétitivité devrait être à la base de la stratégie de relance du tourisme. Une interview de Lotfi Mansour parue le 5 juin dans le journal Le Temps.

Où en est la destination Tunisie concernant sa compétitivité ? Plus précisément, quels sont ses points forts et ses faiblesses à ce sujet ?

Lotfi Mansour : Si on se réfère à l'index de compétitivité que publie régulièrement le Forum Economique Mondial dans son rapport Travel & Tourism Competitiveness, nous sommes, bien derrière nos principaux concurrents, au 85e rang sur 140 pays avec un score qu'on peut qualifier de moyen et qui est de 3,6 sur 7 (chiffres de 2019). Pour situer cette « performance », la Tunisie était 39e (sur 130 pays) en 2008, 79e en 2015 (sur 141 pays) et 87e en 2017 (sur 136 pays).

Cet indice est l'agrégation des notes obtenues sur de nombreux critères. C'est sur le critère prix que nous obtenons notre meilleure note : 6,1 / 7 avec un 12e rang mondial. Nous aurions préféré une note « moins bonne » sur ce critère qui nous identifie comme une destination bon marché. Mais nous pouvons parler à ce propos « d'amélioration », puisqu'après avoir été au 7e rang mondial en 2015, nous ne sommes désormais plus dans le peloton de tête des destinations « les moins chères ». Une telle tendance, si elle se confirme, pourrait contribuer à améliorer la rentabilité du secteur qui n'est pas non plus brillante.

Notre plus mauvais score est obtenu sur le critère « ressources naturelles et culturelles » en tant que « raison principale du voyage » : notre note est de 2 sur 7 et nous vaut la 100e place. Ce chiffre devrait nous interpeller pour notre future stratégie.

Justement, comment peut-on améliorer notre compétitivité ?

L. Mansour : Pour des pays comme la France, par exemple, l'index de compétitivité et son amélioration a été à la base de la stratégie de relance du tourisme il y a quelques années et a fait passer la destination du 15e rang en 2011 au 2e actuellement.

Pour ce qui de la Tunisie, si nous prenons le seul critère du « Tourisme Culture et Nature » dont l'index est obtenu sur la base « du nombre des sites naturels et culturels classés par l'UNESCO ainsi que du nombre de demandes sur le net pour les sites culturels et/ou naturels », nous devrions, d'une part, activer l'obtention de classement de nouveaux sites et donner à l'ensemble plus de visibilité sur le net, et, d'autre part, viser dans notre commercialisation les clients dont la Culture ou la Nature sont les principales motivations de voyage, en plus de ceux qui viendraient pour un séjour balnéaire et seraient tentés de le prolonger par des visites et des excursions.

Le balnéaire restera « un produit vache à lait » mais nous n'avons plus besoin d'en parler à tout bout de champ. Le propre d'un « produit vache à lait » (qui a une forte part de marché dans un marché en faible croissance et duquel on tire l'essentiel des bénéfices, d'où l'expression vache à lait), c'est qu'il n'a plus besoin d'accaparer les dépenses en investissement ou en communication.

C'est un peu comme la remarque que s'est attirée Michel Boujenah à ses débuts en France, quand quelqu'un lui a conseillé : « Arrête de dire que tu es tunisien, ça se voit tellement ! ». A force de dire qu'on a de belles plages, les gens finissent à croire qu'on n'a que ça.

Faut-il instaurer un autre modèle de développement touristique, fondé sur un nouveau cadre politique consolidé, pour permettre au tourisme de se développer de manière compétitive et durable ?

L. Mansour : Vaste question… Déjà, il nous faut améliorer notre gouvernance du secteur en précisant la vocation des uns et des autres. Concernant la promotion du Tourisme Culturel, par exemple, qui doit être le chef de file d'une politique dans ce domaine, l'ONTT (qui a le budget) ou l'AMVPPC (qui a la gestion et la promotion des sites et musées) ? Une même opacité existe pour le Tourisme des Jeunes (ministère du Tourisme versus ministère de la Jeunesse et du Sport qui gère les auberges de jeunesse) ou pour le Tourisme

de Santé (ministère du Tourisme versus ministère de la Santé, et plus précisément l'Office National du Thermalisme et de l'Hydrothérapie qui est en charge de la thalasso). L'ONTT lui-même doit se décider définitivement sur sa vocation : doit-il se concentrer sur la promotion, comme le suggère une réforme qu'on remet au lendemain depuis 20 ans ? L'inspection des hôtels nécessite-t-elle à elle seule des commissariats, ou faut-il réfléchir à des offices de tourisme régionaux ? Et ainsi de suite.

Je pense qu'à court terme, il nous faut lever deux hypothèques qui pèsent lourdement sur le tourisme tunisien : l'hypothèque politique (qui fait par exemple que **le musée du Bardo est fermé** depuis près d'un an) et celle du traitement des déchets (ménagers et solides y compris ceux des hôtels). J'ajouterai une troisième hypothèque à lever : celle de l'aérien. Ensuite, il nous faut une réflexion pour rendre notre tourisme « acceptable et rentable ». Acceptable par les Tunisiens, par **une politique de tourisme local et régional ambitieuse** (qui aura pour leitmotiv de rendre le tourisme accessible au plus grand nombre), et **rentable en diminuant sa dépendance vis-à-vis des compagnies et produits non tunisiens**. Pour être plus clair, nous devons nous soucier un peu plus de notre balance touristique et de la balance commerciale tout court, donc optimiser le tourisme réceptif, rationaliser l'outgoing et notamment la Omra, diminuer le poids des intermédiaires (TO en tête), accélérer la digitalisation, rendre l'Open sky effectif, etc.

Interview publiée dans le journal Le Temps du 5 juin sous le titre : « Nous sommes, bien derrière nos principaux concurrents, au 85e rang sur 140 pays »

Le Tourisme magazine : un nouveau cycle

Letourismemagazine.com devient mon blog personnel, ou, plus exactement, assume ce qu'il est déjà devenu ces derniers temps. Je devais cette clarification à ceux qui me font l'honneur de me lire puisque je compte désormais me consacrer à mes activités de consultant et que je n'aime pas trop le mélange des genres. Donc, je ne suis plus journaliste.

A ceux qui me suivent (qui m'aime me suive ?), je voudrais faire une confidence et une promesse.

La confidence est que mon film préféré n'est pas "Le Parrain" de Coppola, mais "Nous nous sommes tant aimés" de Scola… (les moins jeunes comprendront).

La promesse est que j'essaierai mieux que par le passé de faire "des compromis mais jamais de compromissions", et que je continuerai à penser comme Bernanos que *"le scandale n'est pas de dire la vérité, c'est de ne pas la dire tout entière, d'y introduire un mensonge par omission qui la laisse intacte au dehors, mais lui ronge, tel un cancer, le cœur et les entrailles"*.

A bientôt.

Lotfi Mansour

Assemblée Constitutive du TCB

Le TCB a désormais une existence officielle en tant qu'Association à but non lucratif. Il a tenu sa première assemblée le samedi 4 juin à l'hôtel Maia à Tunis Lac.

Près d'un mois et demi après le dépôt de son dossier auprès de la présidence du gouvernement, le **TCB** peut enfin s'atteler à la promotion du **secteur MICE** en Tunisie, à commencer par le rassemblement de tous les acteurs de ce secteur (agences réceptives spécialisées, hôtels…) et la mise en place d'une communication et d'un marketing dédiés au MICE en collaboration avec l'ONTT et les autres intervenants du tourisme en Tunisie.

Ainsi les pourparlers avec l'ONTT et la FTAV ont abouti à un accord de principe pour la création de **commissions mixtes** ONTT/TCB et FTAV/TCB. La direction du TCB vise à s'engager de la même manière auprès d'autres institutions comme l'AMVPPC ou le CEPEX.

La création du site internet **tunisiaconventionbureau.com**, et donc du guichet unique (devis, infos…) pour les opérateurs étrangers, est prévue au mois de septembre au plus tard.

Parmi les points approuvés lors de cette assemblée, l'adoption du **Business plan** et la constitution d'une direction collégiale.

Le **Comité de Direction** est ainsi composé :

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

L'assemblée a aussi adopté la résolution nommant Lotfi Mansour au poste de Directeur exécutif.

Il faut signaler que, parmi ses actions prochaines, le TCB prévoit des réunions dans les régions pour échanger avec les professionnels concernés.

La Grande Traversée, circuit pédestre au Djebel Dahar

Une randonnée de 200 kilomètres dans une région fascinante pour découvrir habitations troglodytes, merveilles géologiques, huileries traditionnelles et citadelles au milieu de nulle part.

La région du Dahar, dans le Sud-Est, est une région à part. Ses paysages grandioses et arides dissimulent des curiosités innombrables, reflets d'une histoire singulière. Le meilleur moyen de les découvrir, c'est… à pied.

Le nouveau circuit pédestre "Grande Traversée du Dahar" s'étend sur 194 km en douze étapes. Il a été étudié pour explorer toutes les facettes de la région.

Au programme : séjourner dans des villages berbères en pleine montagne comme Tamezret et Toujane. Comprendre les différents types d'habitations troglodytes à Matmata, Douiret, Chenini. Goûter l'huile d'olive des pressoirs souterrains. Admirer l'ingéniosité de l'agriculture traditionnelle. Faire la différence entre Ksour de montagne et Ksour de plaine – ces greniers fortifiés, les uns construits sur des pitons rocheux inaccessibles, et les autres, de plus grandes dimensions, servant autrefois de lieu de commerce.

Lire plus sur TunisiaTourism.info : **Grande randonnée dans les montagnes du Dahar**

M'hamed Driss n'est plus

M'hamed Driss s'est éteint aujourd'hui à l'âge de 98 ans. Avec sa disparition, la Tunisie et le tourisme tunisien perdent un grand entrepreneur et l'un des pionniers de l'hôtellerie tunisienne. M. Driss est le fondateur de la chaîne Marhaba dont le premier maillon fut inauguré le 18 mars 1965.

Toutes nos condoléances à sa famille et ses amis.

FTAV : on joue à « kahla-hamra »

C’est une particularité de la FTAV : l’arrivée d’un nouveau bureau se joue toujours à travers de vraies élections, et donc de vraies manœuvres électorales entre deux listes parfois antagonistes, et en tout cas aux couleurs significatives.

La liste représentant peu ou prou le bureau sortant se pare toujours de bleu, couleur du logo de la FTAV, et symbole, selon le bord auquel on appartient, de stabilité ou de conservatisme. D’ailleurs, on s’étonne toujours de voir le grand nombre de fédérations du tourisme à choisir ce bleu malgré son ambivalence : s’il est théoriquement symbolique de fraicheur, de pureté etc., il reste pour les Tunisiens (on parle des gens du peuple et non de ceux des conseils d’administration) une couleur honnie, et ce bien avant l’arrivée d’Ennahda (dont le logo est aussi bleu) : ne dit-on pas « une journée bleue » (*nhar azrek*) pour dire « une journée de m… » ?

Dans ce contexte, le choix de la couleur de la liste concurrente n’est pas anodin : aux précédentes élections, la liste concurrente s’est choisi la couleur orangée, dont la symbolique est quasiment celle du bleu (fraicheur…) tout en voulant porter une promesse de changement en douceur avec une couleur « presque rouge, mais pas tellement » ; ce qui exprimait peut-être la difficulté pour la leader de cette liste de rompre avec le bilan du bureau sortant puisqu’elle en était la secrétaire générale.

Cette fois-ci, la volonté de rupture est plus nette avec le choix d’un rouge « révolutionnaire » sur une liste plutôt portée par des jeunes, mais où les « anciens » ne sont pas absents. Un rouge qui est aussi « la couleur préférée des Tunisiens », celle qui domine dans les *melyas*, habits berbères des femmes, celle de la chéchia, jadis le couvre-chef de tous les hommes, et surtout celle du drapeau national.

Quand le noir s’invite à la fête…

Jusque-là tout allait bien dans les meilleures couleurs du monde, jusqu’à ce que la liste bleue se mette à jouer au bonneteau, c’est-à-dire en tunisien à

« kahla-hamra » (littéralement noir et rouge ; sans rapport avec Stendhal). Le fait est qu'une des têtes de la liste Bleue, fidèle représentant depuis des décennies d'un grand groupe bien impliqué dans l'hôtellerie, est devenu ces derniers mois un agent de voyages indépendant. Il n'en fallait pas plus pour que les Rouges voient rouge et crient à la manipulation du votant de base ; surtout que ce changement de statut ne satisferait pas à l'un des critères d'éligibilité qui est d'avoir une ancienneté d'au moins trois ans à la tête d'une agence.

Le procès fait à ce respectable membre de la liste Bleue ressemble à celui fait aux candidats politiques dits indépendants de nos différentes élections, à savoir d'être un « agent d'Ennahda ». Décidément, le bleu n'inspire que méfiance.

Des amis agents de voyages me demandent ce que je pense de tout ça. En guise de réponse, je paraphrase Picasso : *« Quand je doute du bleu, je mets du rouge »**.

Lotfi Mansour

* *« Quand je n'ai pas de bleu, je mets du rouge », Pablo Picasso.*

A l'origine du Club Med Djerba, des pêcheurs d'éponges…

Des pêcheurs d'éponges grecs installés jadis à Djerba sont à l'origine du succès touristique de l'île des Lotophages.

A la fin du 19e siècle, des pêcheurs grecs venaient chaque année le long des côtes d'Afrique du Nord pour y récolter des éponges.

Certains s'y sont finalement installés. L'un d'eux a fondé à Djerba une grande entreprise de pêche et d'exportation des éponges. Son petit-fils

s’appelait Laris Kindynis.

Dans les années 1950, ce Laris Kindynis a rencontré Gérard Blitz, l’inventeur du Club Méditerranée, et lui a parlé de son jardin secret, une petite crique déserte où il chassait le mulet et le mérou.

Un an plus tard, le 4e village du Club Med s’implantait à cet endroit. Point de départ du succès mondial de cette île mythique qui deviendra une grande destination touristique.

Laris Kindynis, quant à lui, rejoindra le Club Med, puis participera à la création de plusieurs clubs de vacances et hôtels de luxe à travers le monde.

Auparavant, son père avait construit un petit hôtel qui existe encore, l’Hôtel du Lotos, non loin de l’église grecque-orthodoxe Saint-Nicolas près de la mer. Deux lieux qui gardent le souvenir de l’importante communauté formée jadis à Djerba par les pêcheurs d’éponges grecs…

Lire plus sur TunisiaTourism.info : **Djerba, le Club Med et les pêcheurs d’éponges**

Nizar Slimane nommé DG de l’ONTT

Nizar Slimane est nommé Directeur Général de l’ONTT. Le choix de N. Slimane est celui de l’expérience et de la polyvalence puisqu’il a occupé aussi bien le poste de Directeur Administratif et Financier, de DGA et de représentant de l’ONTT dans divers pays européens.

Le Ministre du Tourisme s'enquiert de l'avancement du TCB

Mohamed Moez Belhassine a reçu le 13 décembre Lotfi Mansour, initiateur du projet Tunisia Convention Bureau (voir **notre article**), en présence de Jamel Bouzid (DG de l'ONTT par intérim) et de Lotfi Mani (Directeur Central de la Promotion) afin de s'enquérir des objectifs et de l'avancement dudit projet.

Le Ministre du Tourisme et de l'Artisanat a insisté, lors de cette entrevue, sur la nécessaire représentativité du TCB. Celui-ci, a-t-il souligné, *« devrait faire adhérer le plus grand nombre de professionnels du secteur et notamment ceux des régions qui représentent un véritable gisement pour les incentives et les évènements »*.

Photo : la rencontre du 13 décembre avec Mohamed Moez Belhassine, Ministre du Tourisme et de l'Artisanat (au centre). De gauche à droite : Lotfi Mani (Directeur Central de la Promotion), Lotfi Mansour (MCM) et Jamel Bouzid (DG de l'ONTT par intérim).

Concernant la collaboration du futur TCB avec l'Administration du Tourisme, le Ministre a accueilli favorablement l'idée d'une commission mixte TCB/ONTT comme cadre de coordination des actions à mener pour la relance du secteur MICE et de la destination sur les marchés internationaux. Il a recommandé, en outre, de coordonner au préalable avec les Ministères concernés.

Mohamed Moez Belhassine a indiqué que ce projet se devrait de tirer les leçons des précédentes expériences de regroupement, en distinguant notamment *« l'activité du groupement, qui est au service de la promotion de la destination et du secteur MICE, et celle de ses membres, tout en sachant que le succès du TCB rejaillira forcement sur le développement des entreprises qui le forment ».*

Lotfi Mansour a confirmé au Ministre du Tourisme la concordance de vues des membres du TCB avec cette approche. Elle sera à l'ordre du jour de la prochaine réunion élargie du TCB qui se tiendra au mois de janvier prochain.

Relance du MICE : le TCB sur les rails

Réuni le 4 décembre, un groupe d'agences et hôtels MICE a conclu à la création d'un cluster sectoriel qui prendra le nom de Tunisia Convention Bureau, et dont la réalisation est confiée à un comité de pilotage (COPIL).

Réunis au Mövenpick Gammarth à l'initiative de MCM, une dizaine d'agences MICE et d'hôtels ont procédé à un examen de la situation des incentives et congrès en Tunisie.

Ils ont conclu à ce qui suit :

- besoin d'une stratégie de relance du secteur MICE en Tunisie qui s'appuierait sur le savoir-faire de cadres et entreprises expérimentés du secteur ;
- urgence de rendre plus visible l'offre MICE de la destination, de défendre la candidature de la Tunisie à l'accueil de grands congrès et événements et de se reconnecter avec les organisateurs internationaux pour leur fournir en continu une information fiable sur l'offre MICE de la Tunisie ;
- besoin d'un « guichet unique » pour faciliter les démarches des partenaires internationaux (étude de faisabilité des événements, devis, procédures…) ;
- besoin d'un coordinateur pour le secteur, tant vis-à-vis des intervenants publics et privés du secteur que des partenaires étrangers.

En conséquence, ils ont décidé :

- de se regrouper en cluster sous l'appellation Tunisia Convention Bureau (TCB) afin de réaliser les objectifs ci-dessus ;
- ce cluster est ouvert à toutes les agences et hôtels MICE ;
- les personnes réunies le 4 décembre forment un Comité de Pilotage (COPIL) qui aura pour mission de conduire à la réalisation finale du projet, dont notamment :
  – le programme détaillé, y compris la création d'un site web

tunisiaconventionbureau.com qui devrait être opérationnel en septembre 2022,
– les modalités d’adhésion,
– les règles de fonctionnement, les modalités de financement ainsi que la forme juridique du cluster,
– l’identification des partenaires potentiels.

Le COPIL ainsi formé pourra s’adjoindre de nouveaux membres ayant des compétences jugées nécessaires pour le bon fonctionnement du TCB (dans l’aérien notamment). La composition définitive du COPIL sera effective après la prochaine réunion du cluster envisagée au début du mois de janvier 2022 et en présence de nouveaux opérateurs et d’éventuels partenaires.

Les participants à la réunion, de gauche à droite : Wiem Radhouane (Barclay’s Group Travel), Imed Lagha (Inventive Tunisia DMC), Jamel Bel Haj Yahia (Iris Events), Lotfi Mansour (MCM), Naceur Mrabet (Artours Events), Arslene Ltaief (Imagine Events), Zied Maghrebi (Mövenpick Sousse et Mövenpick Gammarth), Mohamed Souissi (Groupe El Mouradi), Hédi Benzarti (The Residence)

