

# Harouni dégage !

« Vous voudriez que les Français viennent dans un pays où un ministre les insulte dans une manifestation ? » Tel était le propos désabusé d'un responsable d'un des principaux TO en France, suite à la manifestation du samedi 9 février durant laquelle on a pu voir Abdelkrim Harouni, ministre du Transport, tel un nouveau Kaddafi, hissé sur une estrade et un micro à la main, haranguer une foule qui criait « France dégage ! ». De fait, les réservations en France sont à l'arrêt depuis plusieurs jours. Mais notre cher ministre et faucon d'Ennahda ne se gênera pas pour continuer à accuser ses opposants de nuire à l'économie du pays.

*LM*

---

## 8 février : les Tunisiens sont de retour

On aura vu des militaires protéger le cercueil d'un militant marxiste.

On aura vu des gauchistes crier Allah Akbar.

On aura vu des femmes tête nue accompagner un mort jusqu'à sa dernière demeure.

On aura vu un imam réciter le Coran sur le plateau de Nessma tv.

On aura vu des gens dire la Fatiha sur la tombe d'un communiste.

On aura vu une veuve héroïque reprendre le combat avec douceur et lucidité.

On aura vu des hommes pleurer et des femmes dénoncer.

On aura vu un million et demi de Tunisiens de tous âges et de toutes conditions se rassembler puis se disperser dans le calme et la dignité, malgré les casseurs et les provocateurs.

Ce qu'on a vu le 8 février, c'est tout un peuple se réveiller d'un long cauchemar et montrer le visage qu'on lui a toujours connu,

Hommes, femmes,

Divers et solidaires,

Croyants et tolérants,  
Passionnés et mesurés,  
Et par-dessus tout, profondément ennemis de la violence.

*Guillemette Mansour*

---

## **Communication de crise**

L'ONTT et les fédérations professionnelles se sont entendues sur le principe du lancement d'une campagne de communication de crise sur le marché français. L'appel d'offres pour la sélection de l'agence sera lancé cette semaine.

---

## **Groupe Poulina : vers la création d'un pôle tourisme et loisirs**

Le Groupe Poulina reprendra à partir du 1<sup>er</sup> novembre prochain la gestion de ses deux hôtels de Hammamet Sud, le Solaria (5 étoiles) et le Bélisaire (4 étoiles), jusque-là gérés par la chaîne Iberostar. Dans cette perspective, le groupe projette de rassembler ces deux établissements ainsi que l'hôtel-résidence Diar Lemdina (4 étoiles) sous le même label "Medina Hotels". Cette nouvelle chaîne devrait fonctionner en synergie avec les autres établissements de tourisme et de loisirs du groupe : les restaurants Sherazade (Hammamet) et Hamouda Pacha (médiina de Tunis), le centre d'expositions et de congrès Medina Expo Center, ainsi que les parcs de loisirs Carthage Land à Hammamet et un futur Carthage Land à Tunis, dont l'ouverture est prévue au mois de juin prochain.

---

# FTH : assemblée reportée

L'assemblée électorale de la Fédération tunisienne de l'hôtellerie, prévue pour le 28 février, a été reportée pour la fin du mois de mars.

---

## Cachez-moi ces djihadistes que je ne saurais voir

Deux reportages de deux télévisions européennes que nous vous résumons avant de les commenter :

### Premier reportage

*Lundi 14 janvier 2013. Il est midi, Tunis fête le 2e anniversaire de sa Révolution. Le soleil joue à cache-cache comme le faisaient deux ans auparavant les manifestants contre les flics de Ben Ali. Un soleil qui triomphera à la mi-journée, comme triomphent aujourd'hui les masses de manifestants de l'opposition à Ennahda, venus en grand nombre sur l'avenue Bourguiba et celle de Mohamed V. Les deux avenues sont baignées de rouge, couleur non pas du vin – que les Tunisiens consomment de plus en plus – mais du drapeau tunisien que ces manifestants brandissent, face à un petit nombre de drapeaux noirs tenus par des extrémistes et membres de prétendues Ligues de protection de la révolution.*



*Sur la place des Droits de l'Homme, où se sont rassemblés les manifestants de Nidaa Tounes, le nouveau parti présidé par l'ancien Premier ministre Beji*

Caïd Essebsi, lequel rivalise désormais dans les sondages avec Ennahda, l'humeur est à la rigolade sur le son du Tbal (tambour) et de la Zoukra (clarinette). Soudain, un manifestant venu de Sousse se saisit d'un mégaphone et prend la parole en balbutiant :

« Bismallah... » (« au nom de Dieu... »), avant de se reprendre : « Non !, Non ! on ne veut plus de salamalecs, on ne veut plus d'encens ni de gandoura. On veut des touristes !, on veut des touristes! »

Le vent a apparemment tourné contre le parti islamiste au pouvoir dont les membres étaient drapés, il y a encore quelques mois, dans leur habit de « résistants à Ben Ali ». Un statut qui leur a permis de promettre tout et n'importe quoi et de profiter de la crédulité des Tunisiens pour rafler la majorité aux dernières élections d'octobre 2011.

Seulement voilà, après une année d'exercice du pouvoir, le bilan d'Ennahda est bien médiocre : inflation galopante, croissance en berne et scandales à répétition, que révèle une presse désormais à l'avant-garde du combat pour les libertés. La désillusion des Tunisiens est totale, et le discrédit de la troïka au pouvoir est bien réel.

Ce discrédit, nous allons le constater une fois encore quelques jours plus tard au fameux village de Sidi Bou Saïd. Rached Ghannouchi, le président d'Ennahda et véritable dirigeant du pays, est en visite au village après l'incendie survenu au mausolée du saint Abou Saïd El Béji. Les habitants le reçoivent avec le fameux

« Dégage ! » : d'après la mine qu'il fait, on devine que le coup est dur pour celui qui se rêvait en "guide suprême" d'une Tunisie qu'il semble ne pas connaître.

C'est dans ce même village de Sidi Bou Saïd que, chaque dimanche de cet hiver ensoleillé, les couples se retrouvent pour partager des moments d'intimité sans que personne ne s'en émeuve. La surenchère religieuse ne fait plus recette. Aujourd'hui, les Tunisiens se pressent dans les magasins et dans les hôtels pour fêter la Saint-Valentin, comme ils ont fêté il y a peu le Jour de l'An. Et se moquent bien des élucubrations de certains prédicateurs déconnectés de la réalité, comme celui qui a voulu récemment proscrire l'Assida, le dessert traditionnel que l'on déguste chaque année pour célébrer l'anniversaire du Prophète.

Décidément, ces Tunisiens ne cesseront pas de nous étonner. Comme le prédisait il y a un an le sociologue Hamadi Redissi : « Si Ennahda veut rester au pouvoir, elle doit se tunisifier, car elle ne pourra pas nahdaïfier les Tunisiens. »



## Deuxième reportage

*14 janvier à Tunis, jour du deuxième anniversaire de la Révolution tunisienne. Il est neuf heures du matin, le ciel est gris et le terre-plein central de l'avenue Bourguiba est parsemé de noir, couleur des drapeaux d'un groupe hétéroclite dont certains barbus qui vont et viennent, à la recherche, peut-être, d'un adversaire qui tarde encore à venir. Ils scandent inlassablement : « Fidèles ! Fidèles [à la Révolution, ndlr] ! Ni RCD, ni Nidaa ! ». Notre accompagnateur tunisien nous explique qu'il s'agit des Ligues de protection de la révolution qu'Ennahda utilise pour terroriser les opposants et casser leurs manifestations ; des groupes violents qui ne se contentent pas de vociférer et passent souvent à l'acte. C'est ainsi qu'ils ont, il y a quelques semaines à Tataouine, lynché un opposant qui en est mort. Pour aujourd'hui, il se contenteront de violenter deux journalistes, tant la presse est dans la ligne de mire des partisans d'Ennahda, coupable à leurs yeux de noircir le tableau à des fins politiciennes.*

*Mais le visage qu'offre aujourd'hui le pays n'a pas besoin d'être noirci. La Tunisie vit au rythme des menaces de djihadisme, des débats interminables d'une Assemblée constituante devenue la risée de la population et des exactions des extrémistes religieux. En ce mois de janvier, on a recensé pas moins de trente-sept mausolées brûlés au nom d'un islam wahhabite inconnu du commun des Tunisiens ; l'un des derniers en date est celui de Sidi Bou Saïd,*

*un site classé.*

*En écho à la position plus qu'hésitante du gouvernement tunisien concernant les événement du Mali, un député demande à inscrire le Djihad dans la nouvelle Constitution en cours d'élaboration ; ce député est le chef d'un groupuscule issu d'une scission du CPR, le parti du président Marzouki longtemps qualifié de "parti laïque de gauche ». Un autre député, d'Ennahda cette fois, demande à y inscrire non pas le droit au travail mais « l'obligation de travail » ; une originalité tunisienne qui revient à interdire les grèves.*

*Autant dire que le pays n'est pas près de se doter d'une nouvelle Constitution qui lui permettra d'aller à de nouvelles élections. En attendant, le chômage augmente et le banditisme avec ; les problèmes s'accumulent, comme les ordures qui transforment les banlieues des villes en de véritables poubelles à ciel ouvert. Lentement mais sûrement, la Tunisie devient un pays en voie de sous-développement.*



Ces deux "reportages", vous l'avez peut-être deviné, sont purement fictifs ; mais tellement vraisemblables, puisque tous les faits qui y sont rapportés sont réels. Les commentaires qui y sont formulés répondent aussi à la déontologie du journalisme puisque « seuls les faits sont sacrés, le commentaire est libre ».

Cet exercice est fait pour démontrer que nous n'avons pas grand chose à reprocher à la récente émission Envoyé Spécial de France 2, à part quelques

approximations : ainsi l'affirmation selon laquelle les gens avaient l'habitude de prendre l'apéritif au café de Hammamet... alors que celui-ci est relié à une zaouïa et n'a jamais servi d'alcool. Que reste-t-il alors ? Le choix du sujet et la manière de le traiter ? Jusqu'à nouvel ordre, les journalistes conserveront la liberté du choix de l'angle de traitement des sujets qu'ils abordent (comme le montre notre exemple), du montage qu'ils feront de leurs tournages et du moment de leur diffusion.

Il nous reste peut-être à nous guérir de cette manie que nous avons (héritage de l'ère Ben Ali peut-être...) de crier au complot dès qu'un media nous montre une face de nous que nous détestons et que nous voudrions oublier. Nous crions d'autant plus fort qu'il s'agit de media français, que nous regardons encore comme le miroir du conte : « Miroir, mon beau miroir, dis-moi que je suis la plus belle ! ».

Certes, la Tunisie reste une destination des plus sûres, comme le montre si bien le témoignage posté récemment sur Facebook d'un couple de cyclistes européens qui vient de traverser le pays sans encombre, en dormant à la belle étoile et en se faisant inviter chez l'habitant. Certes, cette crise du tourisme est en train de réussir ce que nous avons échoué à faire depuis des lustres, en éliminant les mauvais hôtels et en forçant les autres à plus de rigueur. Mais est-ce le travail d'Envoyé Spécial de "couvrir cette actualité" ? Sans doute pas ; même si les chaînes de France Télévisions nous ont habitués à être très accommodantes envers notre tourisme, allant jusqu'à imposer à leurs téléspectateurs une causerie de notre chef de gouvernement sur le tourisme à l'heure du petit-déjeuner.

LM

---

## **2013 : vive la crise !**

La crise que traverse le tourisme tunisien a eu un effet inattendu : l'union de l'administration et des professionnels pour un même discours et les mêmes actions. L'année qui débute est déclarée celle « de tous les défis » par Habib Ammar, DG de l'ONTT, qui vient d'engager en France une société de relations publiques pour corriger l'image de la destination, en attendant que l'agence Publicis prenne le relais avec la campagne publicitaire prévue en

mars. De leur côté, les professionnels initient – c'est une première – une tournée en France pour tranquilliser la presse et leurs homologues français. Tous semblent enfin décidés à ne pas baisser les bras, tant les raisons d'espérer restent bien réelles, notamment sur de grands marchés tels que la Grande-Bretagne, l'Allemagne ou la Russie.

Si l'hiver est déjà plombé par la forte baisse du marché français (estimée à près de 30% des réservations d'hiver par rapport à 2012 et à près de 40% par rapport à 2010), "l'esprit de résistance" qu'on voit à l'œuvre aussi bien chez les professionnels qu'auprès de l'administration est une bonne nouvelle pour le secteur. En effet, pour la première fois, FTH et FTAV décident de se prendre en charge et d' "aller au charbon" devant la presse française. Un exercice certes difficile, mais nécessaire pour contrebalancer le flot de mauvaises nouvelles que charrie chaque jour dans la presse l'actualité tunisienne et régionale. Mohamed Belajouza, président de la FTH, parle de « rallumer la flamme » entre la destination et le marché français, comme s'il s'agissait d'un couple de vieux amants piégés par le train-train quotidien. Son homologue de la FTAV, fidèle à sa fougue habituelle, parle de « défendre le pain de nos enfants ». Le ton est donc donné, et on espère revivre sur le marché français le scénario de 2012, où la désaffection hivernale a été suivie d'un boum de la demande en été.



*A la conférence de presse tenue à Paris le 24 janvier devant une quarantaine de journalistes, Mohamed Belajouza (FTH) et Mohamed Ali Toumi (FTAV) étaient encadrés de Faouzi Moelhi (Tunisair) et Habib Ammar (ONTT). Invité en sus, l'Ambassadeur tunisien s'est chargé des questions directement politiques auxquelles il a donné des réponses enrobées de diplomatie.*

Dans cette perspective, l'ONTT reconduit le programme de soutien à l'aérien conclu l'année dernière avec les compagnies aériennes pour 5,269 milliards (dont 2,4 milliards pour Tunisair, 2,39 milliards pour Nouvelair, 231 millions pour Transavia et le même montant pour Tunisair Express). Cependant, l'ONTT pense y apporter plus de souplesse « en versant la subvention directement aux tour-operators », précise Habib Ammar, DG de l'ONTT.

Mais les incertitudes du marché français ne doivent pas cacher « les bonnes perspectives que nous avons sur les marchés anglais, allemand, russe et bien d'autres », explique Habib Ammar. En effet, sur le marché anglais, les réservations sont à la hausse de 3% pour l'hiver et de 33% pour l'été ; ce qui n'est pas le cas chez tous nos concurrents tels que la Turquie (-20% en hiver et -8% en été) ou l'Egypte (-3% en hiver et -4% en été). Cette croissance du marché britannique est portée par les leaders Thomas Cook et TUI, mais aussi par Just Sunshine, qui annonce une augmentation de sa capacité aérienne pour l'été.

En Allemagne, on observe le maintien des niveaux de réservation de l'année 2012 avec une tendance à la hausse (+1%) pour l'hiver. L'Autriche aussi affiche des réservations en hausse (+10% pour l'hiver) et une croissance à deux chiffres pour l'été chez les principaux T0 (Thomas Cook, TUI et ITS). Sur le marché hollandais, désormais doté d'une représentation dédiée, on prévoit à l'ONTT d'atteindre les performances de 2010, soit 75 000 visiteurs. Et, last but not least, l'objectif pour le marché russe est d'atteindre les 300 000 entrées, soit une progression de 20% par rapport au résultat encourageant de 2012 (250 000 entrées, soit 65% de plus qu'en 2011). On le voit donc bien, malgré les nombreuses hypothèques qui pèsent sur la saison touristique, les raisons d'espérer ne manquent pas.

---

## **Libérez Habib Ben Slama**

---

# Tunisair reprend l'initiative

Développement du trafic en sixième liberté ; pas moins de 20 nouvelles destinations africaines dont certaines à partir de mars prochain, Montréal en 2014 et les USA en 2015 ; et à terme l'adhésion à une alliance type Sky Team ou Star Alliance... Tels sont quelques-uns des axes de la nouvelle stratégie commerciale de Tunisair annoncée par son Directeur central du produit, Faouzi Mouelhi. Une stratégie qui s'appuiera sur une flotte majoritairement rénovée, avec treize nouveaux Airbus A320 et A330 attendus d'ici 2015 et trois A 350 en 2020 et 2021. Des avions commandés depuis 2008 et dont le financement devrait se faire avec l'appui de l'Etat.

Après s'être longtemps cantonnée à justifier ses mauvais résultats et à réagir aux initiatives de ses concurrents, la compagnie nationale veut désormais se focaliser sur son redressement qui « n'est pas que financier et qui comporte un volet commercial ambitieux », annonce son Directeur central du produit, Faouzi Mouelhi. En effet, la compagnie nationale annonce une stratégie commerciale en sept points (voir ci-dessous). Cette stratégie lui permettra, à l'horizon 2018, de renforcer sa capacité concurrentielle en vue de l'Open sky et d'améliorer sa rentabilité – notamment à travers un remodelage de sa politique de distribution pour une plus grande présence sur les nouveaux canaux de distribution (Web, BSP...), et au prix de la fermeture de points de vente dans certains pays.



Cependant, s'il est un domaine où Tunisair n'entend pas lésiner sur les moyens, c'est celui de la communication, devenue au fil des ans son talon

d'Achille. En effet, Tunisair augmente son budget de communication, qui passe de 1% du chiffre d'affaires à 3%, afin de « s'affirmer en tant que leader du transport aérien en Tunisie et accompagner son plan de redressement ». Un leader qui, selon F. Mouelhi, se doit d'accompagner les orientations de l'économie et du tourisme du pays.

Tunisair, continue-t-il, veillera au « renforcement du pavillon national en favorisant la complémentarité avec les autres compagnies tunisiennes à l'instar de ce qu'elle fait avec Nouvelair ». L'allusion à la récente polémique avec la compagnie Syphax Airlines est trop évidente pour ne pas en déduire que, chez Tunisair, la querelle n'est pas tout à fait oubliée... Mais F. Mouelhi s'en défend, arguant « préférer parler de faits concrets et non pas juger des intentions. »

« Nouvelair est allée à ses débuts prospecter de nouveaux marchés où Tunisair était absente, et n'est pas venue calquer le programme de Tunisair », fait-il remarquer. Aujourd'hui, « la collaboration avec Nouvelair n'est pas un vain mot : sur la Russie, par exemple, alors que les compagnies russes retirent leurs vols sur la Tunisie en hiver, nous travaillons avec Nouvelair pour maintenir la liaison en assurant, ensemble ou à tour de rôle, le transport du peu de passagers existants ».

On le voit donc bien, Tunisair reprend la parole et le ton est plutôt offensif.

# Une stratégie en 7 axes

C'est en partenariat avec le bureau d'études TASC Aviation que Tunisair a établi sa nouvelle stratégie commerciale englobant sept volets.

**Réseau :** adoption d'un réseau en Hub ; développement du trafic de 6e liberté ; renforcement du réseau régulier sur l'Afrique (avec une moyenne de quatre destinations par saison en double touchée et l'objectif de 20 destinations en 2015, dont Ouagadougou, Akra et Lomé dans les mois qui viennent) ; développement du réseau Moyen-Orient, Europe et long-courrier, notamment avec les trois A 350 attendus pour 2020.

**Vente :** restructuration des représentations en Tunisie et à l'étranger avec la fermeture des agences non performantes ; développement des accords GSA et PSA, développement des recettes annexes, nouveau programme pour les entreprises, etc.

**Produit :** révision des services et prestations offerts avec l'instauration de nouvelles normes et standards de qualité.

**Distribution :** nouveaux accords GDS et BSP (Billing and Settlement Plan, ndlr), renouvellement du site web, nouvelle stratégie e-commerce, etc.

**Communication :** augmentation du budget à 3% du chiffre d'affaires et nouveau plan de communication comprenant un lifting du logo, une campagne TV, une campagne web...

**Fidélisation :** révision et amélioration du programme Fidelys.

**Alliances et partenariats stratégiques :** la compagnie se décide enfin à envisager un rapprochement avec une des grandes alliances existantes dans le transport aérien (Sky Team, One World ou Star Alliance).

# Vincci : réouvertures

La chaîne Vincci Hoteles annonce la réouverture après rénovation des deux hôtels Tej Sultan pour le 1er mars et Djerba Resort (photo) pour le 15 février. Rappelons que la chaîne compte actuellement six hôtels (4 à Hammamet et 2 à Djerba).

---