

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.

Néji Mhiri n'est plus

Néji Mhiri, le président fondateur du groupe Meublatex et de la chaîne El Mouradi Hotels, s'est éteint aujourd'hui. Il restera dans notre mémoire comme le chef de file d'une approche industrielle de l'hôtellerie et du tourisme.

Une approche qu'il a eu le temps de méditer en côtoyant les grands industriels européens du meuble dans les années 1970 ; des industriels parmi lesquels n'ont survécu que les adeptes du low-cost – fût-il de qualité comme Ikea. Maîtrise des coûts et ratios de gestion sont des principes qu'il a érigés en dogmes.

A l'orée des années 2000, non satisfait d'avoir atteint le rang de première chaîne hôtelière en Tunisie en une dizaine d'années, il s'est attelé à en parfaire la gestion, en s'associant à la chaîne Sol Meliá en 1996, et l'offre, avec la création de plusieurs centres de thalasso, de congrès ou encore de tour-opérateurs dans plusieurs marchés émetteurs.

Il a aussi été le premier et le seul dans l'hôtellerie tunisienne à mettre en place une stratégie pour le tourisme sportif avec la création de plusieurs complexes pour l'entraînement des équipes professionnelles (Tabarka, Port El Kantaoui).

La qualité n'était jamais pour lui une excuse pour satisfaire son ego ou ses lubies personnelles : seule comptait la qualité perçue par le client et le

prix qu'il était prêt à y concéder. Les coûts et le management des hôtels étaient tenus au respect de cette règle. Ainsi aimait-il répéter : « Un directeur général d'hôtel qui ne sait pas lire un compte d'exploitation ne peut être un directeur général ».

Ainsi en est-il aussi de sa décision de s'associer avec la chaîne espagnols Sol Meliá pour « mieux apprendre», disait-il, et maîtriser ces fameux ratios de gestion, mais sans jamais dévier de son objectif de rester avec ses équipes le maître à bord d'El Mouradi.

L'association s'arrêtera en 2000 avec les velléités de Sol Meliá de s'immiscer dans l'exploitation des hôtels.

Aujourd'hui qu'il nous quitte, on aimerait retenir qu'il a été le seul promoteur hôtelier à essayer d'engager la bataille du tourisme dominant en Méditerranée qu'est le tourisme de masse avec les armes de ses concurrents européens : taille critique, intégration verticale et horizontale, adéquation entre coût et prix de vente...

Personnellement, je retiendrai de lui une histoire qu'il m'a racontée il y a plus de vingt ans, et qui le résume assez bien comme personne et comme dirigeant : « Etant industriel du meuble, raconte-t-il, j'effectuais souvent des visites à mes donneurs d'ordre en Europe. Certains me recevaient dans des sièges sociaux somptueux, d'autres dans de simples bureaux au sein de leur usine. Quelques années après, seuls les seconds ont survécu ».

C'est ainsi que la première chaîne tunisienne n'a jamais eu de siège social, hormis des bureaux au sein d'un hôtel à Port El Kantaoui.

Lotfi Mansour

Néji Mhiri (à dr.) avec les dirigeants de Sol Meliá en 1996



Vincci fête ses 20 ans

S'il y a une chaîne hôtelière européenne dont la création reste intimement liée à la Tunisie, c'est bien la chaîne Vincci Hoteles. Son promoteur feu Rufino Caléro en a décidé l'implantation en 2001 presque simultanément en Espagne et en Tunisie, puis au Portugal.

Vincci Hoteles fête aujourd'hui son 20^e anniversaire en se prévalant de sa fidélité à ces 3 destinations où elle compte 37 hôtels de catégories supérieures (dont 5 en Tunisie et 3 au Portugal). Vincci Hoteles, que dirige aujourd'hui Carlos Caléro, le fils du fondateur, maintient la même stratégie d'implantation : « *La chaîne a eu la proximité comme base de son développement, en pariant de manière claire sur le Portugal et la Tunisie où actuellement la chaîne ne se contente pas de maintenir sa présence mais aspire à l'augmenter* », précise un communiqué de la chaîne espagnole.

Crise du COVID oblige, Vincci vient de lancer un nouveau label Vincci Care, qui sous tend un engagement de la chaîne pour la sécurité de ses hôtes et employés.

Nouvelles normes hôtelières : promesse tenue

Le projet de nouvelles normes hôtelières entre dans sa phase finale et répond ainsi à une recommandation majeure des Assises du Tourisme tenues en 2017.

En l'absence de normes hôtelières internationales communes, les destinations sont entrées ces dernières années dans une véritable course à la classification et à l'acquisition de **normes** (type ISO) et de **labels** (écologique, handicaps...).

Si la classification des hôtels (en nombre d'étoiles) n'est obligatoire que dans quelques pays (Espagne, Italie...), et volontaire dans d'autres comme la France, elle reste partout une prérogative de l'administration du tourisme – pour la France, Atout France avec des contrôles par des sociétés privées sous accréditation COFRAC (comité d'accréditation). Volontaire ou obligatoire, la classification en étoiles combine, selon les pays, les exigences minimales en matières d'installations et de qualité de service.

Dans ce contexte, les **labels** viennent en complément des exigences minimales de la classification (en France, une dizaine de labels sont gérés par l'AFNOR).

En Tunisie, « *les normes hôtelières de 2005 et antérieures n'intègrent pas de critères liés à la qualité de service* », constatait le rapport final des Assises du Tourisme tenues en 2017, recommandant une « *refonte du cadre réglementaire de classement des hébergements touristiques...* ».

C'est désormais chose faite avec l'annonce ce matin par le Ministre du

Tourisme, Habib Ammar, de la fin des travaux du **comité de pilotage** des nouvelles normes hôtelières. Un comité qui se penchera désormais sur la préparation du Décret instaurant ces normes.

Cette annonce vient après plus de deux ans de travail et succède à la réunion d'information organisée le 5 décembre 2019 par l'ONTT et la FTH.

Ces nouvelles normes constituent une véritable "mise en compétitivité" de nos hôtels puisqu'elles ajoutent à la quantité et la qualité des équipements, les 3 critères de la **qualité de service**, de l'application des bonnes pratiques dans le **respect de l'environnement**, et de l'accessibilité des **personnes à besoins spécifiques**.

De plus, et en reconnaissance de la légitime diversité au sein d'hôtels d'une même catégorie, les nouvelles normes instaurent, à côté de **critères obligatoires minimaux**, d'autres dits **obligatoires-compensables** ainsi que des critères **facultatifs**. Les notes reçues sur l'ensemble des critères s'additionnent pour permettre la classification.

Gage de transparence, les hôtels optant pour la nouvelle classification pourraient bientôt le faire via une plateforme dédiée à leurs démarches.

Au vu des difficultés actuelles des hôtels tunisiens, la généralisation de ces nouvelles normes ne sera obligatoire qu'après une période de deux à trois ans, en négociation actuellement entre la FTH et le ministère.

Etude FTH : des constats et des partis pris

La FTH a présenté aujourd'hui une étude sur l'impact de la crise COVID 19 sur l'hôtellerie ainsi que sur l'économie nationale. Une présentation qui révèle le lourd bilan social de la crise, mais aussi des maladresses dans la méthodologie de l'étude elle-même.

L'étude se base sur deux hypothèses. L'une qu'on appellerait de "statu quo global et sectoriel" et l'autre de "réformes globales et sectorielles", l'une et l'autre se référant aux propositions de la FTH pour réformer le secteur, à savoir :

« – généralisation des incitations à l'investissement pour englober la restructuration des hôtels ;
– adoption des propositions de la FTH dans la loi des Finances 2021 ;
– adoption des chèques vacances pour relancer le tourisme intérieur ».

L'impact de la crise serait, selon l'étude, la perte de 27000 emplois permanents d'ici la fin de cette année.

Selon les scénarios envisagés, la valeur ajoutée de l'hôtellerie n'augmenterait que de 33% en 2021 (contre une croissance de 1% de l'économie nationale) dans le cas de "non réformes" et de 250% dans la seconde hypothèse (contre 7% de croissance pour l'ensemble du pays).

Si les résultats de cette étude servent certainement à rappeler le prix social élevé que paierait le pays suite à cette crise, on aurait voulu la voir prendre aussi en considération une troisième hypothèse médiane (ou "réaliste" en langage budgétaire) par rapport aux deux hypothèses envisagées. Ceci d'autant plus que la proposition des "chèques vacances" pour dynamiser le tourisme intérieur telle qu'elle est proposée par la FTH soulève de multiples questions, dont celles-ci :

– Pourquoi, dans cette proposition, la FTH n'envisage-t-elle que la voie d'une société privée en charge des chèques vacances, alors que l'unique pays à l'appliquer, celui qui l'a inventé en 1982 et qui le fait bien fonctionner à ce jour, la France, a opté pour la solution d'une agence publique (ANCV) dotée d'une mission de service public notamment pour financer le tourisme social en y consacrant un fond de 26 millions d'euros ?

– Que peut reprocher la FTH à un organisme public (EPIC) qui paie des impôts et verse une partie de ses bénéfices à un fonds de Tourisme social de 26 millions d'euros ?

– Pour un pays comme le nôtre où le premier frein aux vacances est le pouvoir d'achat, pourquoi choisir la solution la plus coûteuse pour les hôtels en privilégiant un opérateur privé de chèques-restaurant du type Sodexo,

Edenred ou Natixis, dont la commission de décaissement avoisine les 8%, contre un organisme public dont la commission est de 1% à 2,5% ?

– Et au-delà de la forme à adopter pour cet organisme d'émission des chèques vacances, comment peut-on envisager sérieusement de mettre en place une telle réforme en 2021 et de la faire figurer dans la loi des Finances 2021 ? A moins que la part patronale du chèque vacances ne soit ni déductible des bénéfices, ni exemptée de charges sociales.

Nous y reviendrons.

Lotfi Mansour

Nouveau bureau exécutif à la FTH

Le Conseil national de la Fédération Tunisienne de l'hôtellerie (FTH), élu le 1^{er} mars dernier, s'est réuni aujourd'hui et a procédé à l'élection d'un nouveau **bureau exécutif** pour le mandat 2020-2022.

Il sera présidé par **Dora Milad** (*photo*). Le reste du bureau est ainsi composé :

- Secrétaire Générale : Rym Belajouza Ben Fadhel
- Secrétaire Général adjoint : Tahar Zahar
- Trésorier : Khaled Fakhfakh
- Trésorière adjointe : Amina Sta
- Président de la Commission juridique et climat social : Slim Dimassi
- Président de la Commission économique et financière : Jalel Henchiri
- Président de la Commission communication : Khaled Fakhfakh
- Président de la Commission marketing et promotion : Mohamed Ben Ezzedine
- Président de la Commission environnement et développement durable : Tarak Chaabouni

Accord SOTUGAR : mieux vaut tard...

Enfin du concret, peut-on dire : la 2ème réunion entre le Ministre du Tourisme et les représentants des banques, de la SOTUGAR et des professionnels du Tourisme semble devoir aboutir à un déblocage imminent des crédits COVID pour les entreprises touristiques.

Le vendredi 17 juillet, sur la Radio Nationale, les ministres du Tourisme et des Finances annonçaient de concert le déblocage dès le lundi 20 juillet des crédits COVID pour les entreprises du tourisme.

Le lendemain, M. Toumi confirmait devant les journalistes, qui s'en faisaient l'écho, que « *l'accord avec la SOTUGAR* (la Société Tunisienne de Garantie) *a été signé* ». Depuis ces déclarations, aucun crédit ou quasiment n'a été octroyé puisque l'accord avec la SOTUGAR, permettant la garantie de l'Etat, ne semblait pas avoir été signé.

Aujourd'hui, le Ministre du Tourisme, Habib Ammar, a réuni pour la 2ème fois les parties prenantes de ce dossier. Une réunion à l'issue de laquelle le représentant de la SOTUGAR, Ahmed Trichi, a déclaré que ledit accord « *sera*

signé dès ce lundi 21 septembre ».

Même tardifs, les crédits qui seront octroyés aux entreprises touristiques permettront, nous l'espérons, le maintien à flot du plus grand nombre. Nous espérons aussi que le Ministre du Tourisme adoptera le même rythme et la même persévérance dans le traitement des nombreux dossiers de réforme du secteur.

LM

Hiver 2020-21 : plus dure sera la crise

L'hiver était d'habitude synonyme de fermeture pour les hôtels saisonniers, et de passage en mode survie pour les autres. Cette année, les établissements devraient être encore plus nombreux à fermer leurs portes. Dur semestre en perspective.

« Ouvrir ou fermer ? » Si cette question fait encore débat chez les staffs de certains hôtels, d'autres, et pas des moindres, ont déjà tranché : ils fermeront d'ici le mois d'octobre. Il en sera ainsi pour la plupart des hôtels Magic Life ; El Mouradi maintiendrait, à l'instar d'autres chaînes hôtelières, un seul hôtel par région.

En effet, avec la fin de l'été, c'est la fin du marché local, seul débouché de ces derniers mois aussi bien pour les hôtels que pour les agences de voyages. C'est aussi le début de l'arrière et de la basse saisons qui ont en commun la baisse des prix de vente et de la fréquentation.

Dans un contexte de crispation sociale, d'application au compte-gouttes des mesures de soutien décidées par gouvernement et de manque de visibilité sur les marchés internationaux, le calcul semble vite fait pour les hôteliers. Ou du moins, pour les chaînes et groupes qui ont la possibilité de rassembler tout leur personnel titulaire dans un hôtel maintenu ouvert : « *Notre souci est d'enregistrer le moins de perte possible tout en sauvegardant notre personnel titulaire* », résume le responsable d'une chaîne hôtelière.

Pourtant quelques voix s'élèvent pour rappeler les opportunités encore existantes sur quelques marchés comme la Tchéquie ou l'Allemagne. Mais la taille du marché tchèque ne permet pas un véritable optimisme. « *Nous essaierons de travailler sur Djerba en novembre puisque le climat y est encore propice, mais pas sur le continent* » explique Walid Tritar, directeur Tunisie du T0 Blue Style. Quant à l'Allemagne, « *elle ne fera pas mieux que la France, c'est-à-dire très peu* », affirme Karim Kamoun, Directeur général de Voyages 2000.

A moins d'une évolution rapide dans la situation épidémiologique en Europe et notamment en Russie, cet hiver sera des plus meurtriers pour le tourisme tunisien.

Les décideurs du secteur et les partenaires sociaux auront besoin de tout leur sang-froid pour le passer sans trop de dégâts.

LM

Check-in en ligne chez El Mouradi

Eviter les files d'attente pendant les arrivées aux hôtels, épargner aux clients toute promiscuité au niveau de la réception et accélérer l'accès à la chambre, tels sont les avantages du nouveau service Check-in en ligne qu'offrent les hôtels El Mouradi, via un QR-code porté sur les vouchers de réservation.

En se conformant aux recommandations anti-Covid des autorités sanitaires tunisiennes et internationales, El Mouradi offre en fait un vrai gain de temps que l'hôtellerie a tardé à mettre en place, à l'instar des compagnies de transport aérien.

OK

[Mot de passe oublié](#)



Numéro de réservation

Code confidentiel

OK



THALASSO & SPA



FOOTBALL



EXCURSIONS



SENIORS

elmouradi.com:444/cr27.admin/ui/business/Hotel_OrderDetail.aspx?Id=0226271

ksn,GALLAS Chambre Single Non remboursable

Formulaire Check-in en ligne : [+]

Chambre Triple	
Prénom :	
Nom :	
Email :	
Téléphone :	
Nom de jeune fille :	
Date de naissance :	28/07/2020
Lieu de naissance :	Tunisie
Nationalité :	Tunisie
Profession :	
Rue :	
Ville :	
Code Postal :	0
Pays :	Tunisie
Venant de :	Tunisie
Entré le :	27/09/2020
Allant à :	Tunisie
Date de départ :	30/09/2020
Passeport N° / Carte d'identité N° :	
Délivré le :	28/07/2020



El Mouradi Hotels vous confirme la prise en compte de votre réservation. Merci de conserver ce voucher détaillé ci-dessous. N'oubliez pas d'imprimer le voucher afin de le présenter à l'arrivée à l'hôtel. El Mouradi Hotels / vous souhaite un agréable séjour.

Bon voucher N°225621



Check-in en ligne à partir de 14/01/2020
<http://www.elmouradi.com/cr.resa.checkin/225621-287577>

El Mouradi Mahdia
5 étoiles, Mahdia, Tunisie

The Pearl Sousse rejoint Marriott

L'hôtel The Pearl Sousse opte pour l'enseigne internationale Marriott, qui fait son come-back en Tunisie après ses tentatives à Gammarth au début des années 2000 et à Sousse plus récemment.

L'hôtel, un 5 étoiles de 222 chambres, se nommera désormais Sousse Pearl Marriott Resort & Spa.

L'accord entre le groupe Joosoor de Moez Driss (4 hôtels, 3500 lits via sa filiale Venus Investissement Touristique) et Marriott international Inc (570 hôtels dans 66 pays) initie une collaboration pouvant s'étendre à d'autres unités selon une formule de « gestion pour compte aménagée ».

Communiqué

Venus Investissement Touristique et Marriott International inaugurent le Sousse Pearl Marriott Resort & Spa en Tunisie

Suite à sa reconversion réussie, le Sousse Pearl Marriott Resort and Spa, récemment transformé et joliment conçu, offre une expérience lifestyle Resort aux voyageurs en Afrique du Nord.

Sousse, Tunisia – 18 août 2020 – Venus Investissement Touristique, une filiale du groupe Joosoor, et Marriott International Inc. (NASDAQ: MAR) annoncent aujourd'hui l'ouverture de Sousse Pearl Marriott Resort and Spa, marquant les débuts de la chaîne Marriott Hotels en Tunisie. Le Resort récemment transformé offre une expérience balnéaire lifestyle et reflète la promesse de la marque Marriott Hotels d'être la source d'inspiration à ses hôtes pour vivre une meilleure expérience.

« Nous sommes ravis d'inaugurer le premier Marriott Hotel en Tunisie et d'accueillir le Sousse Pearl Marriott Resort & Spa au sein de notre portfolio en Afrique du Nord. Cet hôtel témoigne de notre stratégie de reconversion qui permet aux hôtels indépendants de rejoindre notre portfolio et de bénéficier de notre réseau de distribution et de la notoriété de notre programme de fidélité », affirme Morten Skumsrud, Vice-Président Europe, Moyen Orient et

Afrique Marriott International.

Sousse Pearl Marriott Resort & Spa est situé sur la magnifique plage de sable blanc de la zone très prisée de Boujaafar, le positionnant au rang de destination balnéaire en vogue. Se trouvant à moins de 2 kilomètres de l'église Saint-Felix, à 3 kilomètres de la fameuse Medina de Sousse, de sa grande Mosquée et de la statue équestre de Habib Bourguiba, les résidents peuvent aussi profiter des nombreuses attractions de la ville de Sousse.

Le Sousse Pearl Marriott Resort & Spa dispose de 222 chambres au design remarquable et compte une variété de restaurants dont **The Gourmet**, proposant de savoureuses spécialités tunisiennes, **L'Opus**, un restaurant contemporain qui combine des saveurs asiatiques avec une carte de boissons riche et variée en accord avec le thème, le **Soho Lounge** à l'ambiance conviviale et décontractée offrant une cuisine méditerranéenne au bord de la piscine où les résidents peuvent se régaler de l'atmosphère de Sousse, de l'après-midi au soir. Le complexe propose également le plus grand centre de bien-être de la région comprenant une salle de remise en forme, des piscines intérieure et extérieures et le **Jumana Spa** et ses 16 cabines de soins, un hammam, un sauna et un vaporium.

Le Sousse Pearl Marriott Resort & Spa est aussi la destination parfaite pour les réunions, les mariages et autres événements. L'hôtel compte une salle de conférence et 5 salles de sous-commission, entièrement équipées et insonorisées, et un accès au Wi-Fi gratuit.

Pour plus d'informations, visitez

www.marriott.com/hotels/travel/mirms-sousse-pearl-marriott-resort-and-spa/.

A propos des hôtels Marriott

Avec plus de 570 hôtels et complexes dans plus de 60 pays et territoires à travers le monde, les hôtels Marriott font évoluer les voyages dans tous les aspects du séjour des clients, les aidant à se détendre, à avoir l'esprit clair, à stimuler de nouvelles idées et à anticiper les besoins des voyageurs, les laissant inspirés pour atteindre leur plein potentiel. En se transformant audacieusement pour les voyageurs mobiles et internationaux qui allient travail et loisirs, Marriott est à la tête de l'industrie avec des innovations, notamment le hall Greatroom et les services aux clients mobiles

qui rehaussent le style, le design et la technologie. Pour plus d'information visitez www.MarriottHotels.com. Restez connecté avec Marriott Hotels sur Facebook, @marriott sur Twitter et @marriotthotels sur Instagram. Marriott Hotels est fière de faire partie de Marriott Bonvoy, le nouveau nom de Marriott International's le programme de voyage remplaçant Marriott Rewards®, The Ritz-Carlton Rewards® et Starwood Preferred Guest® (SPG). Le programme offre aux membres un portfolio extraordinaire de chaînes mondialement connues, d'expérience au Marriott Bonvoy et des avantages inégalés comprenant des points pour des séjours et des nuits d'hôtel gratuits pour la reconnaissance du statut Elite. Pour vous inscrire gratuitement ou pour plus d'informations sur le programme, visitez MarriottBonvoy.marriott.com.

A propos du groupe JOOSSOOR

JOOSSOOR est un groupe multisectoriel opérant dans le domaine industriel et des services. Le groupe est connu pour détenir des sociétés reconnues au Moyen Orient en Afrique du Nord (Stunas et Maklada). Les produits du Groupe sont vendus dans 35 pays. JOOSSOOR investit aussi dans des hôtels récemment acquis et transformés. JOOSSOOR promeut l'excellence, l'une de ses valeurs principales. Le Groupe est propriétaire de quatre hôtels en Tunisie avec une capacité totale de 3 500 lits. Pour plus d'information, visitez www.joosoor.com et www.stunas.com ou www.maklada.com.

Media contact :

contact@lezardbalthazar.com

+216 29171745
