

# CDC, Syaha Capital etc. : le ministère nous répond

Suite à notre article **“Tourisme : le ministère des copains et des coquins”**, nous venons de recevoir un « droit de réponse » non signé de la part du ministère du Tourisme ; un droit de réponse qui ne répond à rien et nous laisse perplexes quant à la compétence et à la sincérité de ses rédacteurs. Nous le publions avant d’y apporter les précisions nécessaires :

*« Suite à votre article paru dans votre livraison du 13 novembre 2014 intitulé “le Ministère des copains et des coquins” relatif à la polémique autour de la table ronde organisé par la ministère du tourisme sur les Investissements touristiques avec la CDC et auquel ont été conviés à une prise de parole «Syaha Capital», le «Fond Culturel pour l’Héritage » et l’auteur du livre « Repenser le tourisme » Mounir Sahli, il y’a lieu de revenir sur quelques points pour lever certaines incohérences.*

*Avant cela, le Ministère du tourisme s’étonne de la teneur de cet article qui porte atteinte au Ministère dont les responsables et l’ensemble de ses équipes ne sont mus que la seule volonté de s’inscrire dans l’action. Au quotidien, ils s’évertuent à essayer d’apporter les meilleures solutions aux problèmes structurels du secteur dont la question de l’investissement. Le Ministère du Tourisme dément à ce propos et formellement toutes formes de copinage et de favoritisme privilégiant la transparence totale et la concertation permanente avec toutes les parties concernées. Il déplore ainsi toutes les allégations mentionnées par l’auteur de l’article qui aurait pu respecter les règles les plus élémentaires du métier de journaliste et s’assurer de la véracité de ses propos auprès des parties concernées y compris les services du Ministère du tourisme.*

*L’ambition de ce débat est de faire émerger une nouvelle approche de promotion des investissements à travers le recours à d’autres formes de financements. L’ambition est de déboucher sur d’autres reflexes innovants en la matière.*

*Les explications des responsables de la CDC quant son rôle, sa mission et ses*

prérogatives ont été exhaustifs dans leur communiqué. Celui-ci a eu le mérite de dénuder les raccourcis hâtifs de l'auteur de l'article de tout fondement (lire les réponses de la CDC parues sur le site officiel de la CDC).

D'autre part, il s'agit de noter que:

1/Le workshop a enregistré la participation de banquiers, hôteliers, investisseurs des différents secteurs, des représentants de la Fédération Tunisienne des Agents de Voyages (FTAV) et de la Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie (FTH)...

2/ La CDC est le partenaire du tourisme tunisien dans cette initiative et le pilote de cette opération et celles à venir. A un moment où l'économie tunisienne se porte au plus mal et où les appels à un partenariat Public/ Privé se multiplient, le ministère du tourisme s'engage à défricher de nouvelles pistes pour promouvoir l'Investissement.

La répartition des tâches pour ce workshop et pour les actions à venir sont et seront une émanation d'un travail d'équipes de directeurs de l'administration et de la CDC, d'experts, de professionnels du tourisme...

3/ Swicorp a intégré «Syaha Capital» depuis plus d'une année. Partenaire de la CDC, un accord d'intention a été signé le 7 décembre 2012 et la société Syaha a été créée le 30 décembre 2013.

Le fond ambitionne de lever 500 millions de Dollars US d'ici Juin 2015 et l'approche d'une levée de fonds dans les pays du Golfe est inspirée de ce qui a été fait par le Maroc qui a levé 1500 Millions de Dollars U. La Tunisie se range ainsi du côté de l'Égypte en créant une initiative similaire.

Les projets présentés à ce jour de «Syaha Capital» sont des partenariats avec des privés pour qui le financement traditionnel est arrivé à ses limites.

En effet, l'idée du fond «Syaha Capital» est de soulager le secteur en investissant dans des unités existantes en y injectant des fonds propres en partenariat avec des promoteurs intervenants afin d'améliorer la rentabilité de ces unités et surtout pour diversifier l'offre et répondre à une demande spécifique notamment dans la catégorie haut de gamme.

4/Cette démarche s'inscrit parfaitement dans la « Vision 3+1 » du Tourisme Tunisien qui porte sur la qualité, la diversification, la régionalisation, le « branding » et la gouvernance. Elle est même une des illustrations de la

*transformation en cours des institutions, comme celle de l'Agence Foncière Touristique (AFT) qui se doit de changer de modèle pour plus de modernité.*

*5/Alors que certains médias se demandent quelle opportunité représente cette problématique et au delà de cette fausse polémique, il s'agit de répondre aux questions suivantes : Comment financer les nouveaux projets du tourisme tunisien ? Comment redynamiser le secteur et changer le visage du tourisme tunisien de demain ? Comment mettre à niveau la destination ? Comment révolutionner le tourisme en harmonie avec la mission d'intérêt général et de notre responsabilité à créer des emplois, faire rejaillir ce secteur sur l'ensemble de l'économie et générer de la croissance ?...*

*Alors que l'investissement est l'une des missions du Ministère du tourisme, c'est une des urgences pour la Tunisie... »*

**La réponse de Lotfi Mansour :**

A la lecture de ce droit de réponse (envoyé aussi à notre confrère Business News), j'ai envie de paraphraser Winston Churchill : « le ministère ne dit rien et il a besoin de six jours pour ne rien dire ».

En effet, notre article publié le jeudi 13 courant pourrait se résumer autour de deux informations précises :

1) Le PV de réunion : celui-ci montre sans équivoque et sans aucune autre possibilité d'interprétation le rôle prédominant attribué à Siyaha Capital dans la Table Ronde et dans le projet de voyage. Le prétendu « droit de réponse » ne fait aucune allusion à ce PV. Siyaha Capital, quoi qu'en dise Mme la Ministre, est un fonds d'investissement privé dont le GP (c'est-à-dire general partner et donc patron) est SWICORP avec une participation de 10% du capital, et le CDC n'est qu'un "sponsor" de Siyaha Capital même s'il détient une participation de 30% du capital. Le CDC Gestion est aussi une entité privée de par la répartition de son capital.

2) Notre crainte de voir le CDC dévier de sa vocation d'organisme public (notamment à cause de l'absence de contrôle parlementaire voulue par son "géniteur" Jalloul Ayed et par la répartition du capital de CDC Gestion) : là aussi, aucune réponse n'est venue apaiser cette inquiétude légitime au vu, par exemple, de ce qui arrive ces jours-ci au CDG Maroc (partenaire de notre CDC). En effet, vingt-trois responsables du CDG Maroc sont auditionnés par la

justice marocaine pour dilapidation de deniers publics et, selon notre confrère marocain Media24.com, « *il ressort clairement que le mode de gouvernement adopté par les instituts publics facilite les abus et l'opacité des transactions* ». Devant de tels risques, le législateur français a préféré soumettre le CDC français au contrôle d'une commission parlementaire où figure obligatoirement un membre de l'opposition. Le Maroc aussi prend ce même chemin.

En Tunisie, Mme Karboul préfère nous parler de « travail d'équipe » entre le privé et le public ; il ne manque plus que l'«amour réciproque».

**LM**

---

## **Tourisme : le ministère des copains et des coquins**

Les hôtels endettés sont un festin pour lequel de nombreuses personnes et institutions s'aiguisent les dents depuis un moment. Un dossier dans lequel le ministère du Tourisme et le gouvernement semblent avoir manqué de vigilance.

« *Je ne suis pas la ministre des hôteliers et des agents de voyages* », déclarait récemment Amel Karboul, ministre du Tourisme. Elle vient de joindre l'acte à la parole en mettant son administration au service du fonds d'investissement Siyaha Capital, créé par son ami Kamel Lazaar, patron de Swicorp (**lire notre article**).

En effet, le ministère du Tourisme se prépare à organiser le 14 de ce mois une « *table ronde Workshop projets touristiques* » dont les « *principaux acteurs* », selon un PV de réunion interne que nous avons pu consulter (voir document 1), seront « *la Caisse des Dépôts et Consignations/ Swicorp/ Action Stream* » à côté de (ou, devrait-on dire, avant) les investisseurs du secteur et les fédérations professionnelles.

Le même document précise que la liste des bailleurs de fonds à inviter est

« à préparer par Mme Safia Hachicha » qui n'est autre que la DG de Siyaha Capital. De surcroît, le premier projet qui sera présenté à ces bailleurs de fonds est bien entendu celui de Siyaha Capital que dirige cette même S. Hachicha.

Last but not least, les conclusions de cette table ronde doivent préparer un voyage dans les pays du Golfe pour rencontrer des investisseurs durant « *la dernière semaine de novembre ou la première semaine de décembre* », précise le document. Pour ce voyage, c'est encore Swicorp qui « *identifiera les investisseurs* » à inviter lors du workshop et à visiter lors du déplacement dans les pays du Golfe. Le ministère se contentera pour sa part des tâches de secrétariat au profit de Swicorp puisqu'il est précisé que « *le ministère se charge de contacter les ambassades tunisiennes (...) et lancera les invitations* ».

- Les bailleurs de fonds (liste à préparer par Mme. Safia Hachicha et à communiquer avant la fin de cette semaine en accord avec la CDC)

**Objet:**

- Point sur le potentiel et les opportunités d'investissement dans le secteur du tourisme
- Présentation des projets :
  - Syaha Capital

Repositionnement de la destination Tunisie (Mr. Hédi Chabaane)

→ Développement d'une offre diversifiée en tenant compte des richesses du pays : tourisme culturel, tourisme thermal, tourisme écologique...

Approche des investisseurs (Mme Safia Hachicha)

→ Établir des partenariats entre le secteur public et le secteur privé surtout au niveau des infrastructures

→ Mobilisation des fonds au niveau national et international

- Swicorp identifiera les investisseurs à inviter lors du workshop et à visiter lors du déplacement aux pays du Golf avant la fin de cette semaine.
- Le Ministère du Tourisme se charge de contacter les ambassades tunisiennes dans les pays concernés.
- Le Ministère de Tourisme lancera les invitations à partir du début de la semaine prochaine
- Décision par rapport à l'invitation des professionnels pour accompagnement aux pays du Golf.

## Gestion privée d'argent public

Ce document éclaire d'un jour nouveau les inquiétudes à l'encontre de Mme Karboul quant à un conflit d'intérêts entre ses fonctions de Ministre et sa proximité avec le patron de Swicorp. En effet, comment Mme Karboul peut-elle prétendre à la promotion de l'investissement direct dans des projets comme celui de Kerkennah Founkhal, par exemple, en confiant cette promotion à un fonds spéculatif qui peine à recruter des bailleurs de fonds pour son seul et unique projet déclaré, qui est de reprendre une douzaine d'hôtels endettés ? Ce document nous interpelle aussi quant à la déviation de la Caisse des Dépôts et Consignations de son rôle d'investisseur public. La création de CDC Gestion en est peut-être une illustration.

La CDC est un organisme public, que son DG Jamel Bel Hadj Abdallah définit sur son site internet comme « *un investisseur avisé de long terme ayant pour objectif le financement durable au service de l'intérêt général* ». Comment un tel organisme peut-il investir dans la dette des hôtels et, qui plus est, en cédant la majorité de sa société de gestion (CDC Gestion) à des privés, à savoir IMBank et le cabinet Action Stream ? (voir document 2)



## CDC GESTION

Société Anonyme au capital de : 500.000 Dinars

Siège Social : 87, Avenue Jugurtha, 1082, Mutuelleville -Tunis

### LISTE DES SOUSCRIPTEURS ET ETAT DES VERSEMENTS

Identité des souscripteurs	Adresse des Souscripteurs	Nombre d'actions souscrites	Montant des actions souscrites	Montant des versements effectués
Caisse de Dépôts et de Consignations «CDC » Nationalité : Tunisienne Matricule fiscal : 1224377 G	Rue Abou Hamed El Ghazali, Jardins du Japon, Montplaisir, 1073-Tunis	24.498	244.980	61.245
International Maghreb Merchant Bank «IMBank » Nationalité : Tunisienne Matricule fiscal : 496223Q	87, Avenue Jugurtha, 1073 Muteulleville,	24.498	244.980	61.245
ActionStream Consulting Nationalité : Tunisienne Matricule fiscal : 1304480A	14, Rue Imam Abou Hanifa, la Marsa	1.000	10.000	2.500
Jameleddine Ben Hadj Abdallah Nationalité : Tunisienne CIN n° : 04009112	Lotissement El Foll, les Jardins d'El Menzah 2, Ariana	1	10	2,5
Amel Medini Nationalité : Tunisienne CIN n° : 00447365	Rue du Caire, El Mourouj 3, Ben Arous	1	10	2,5
Ferid Ben Bouzid Nationalité : Algérienne Passeport n° : 03460245	28, Rue Abdelaziz Al Saoud, El Manar II, Tunis	1	10	2,5
Hichem Ben Fadhl Nationalité : Tunisienne CIN n° : 03974528	Rue 7313, ruelle n°7, n°1, El Menzah 9B, Tunis	1	10	2,5
<b>TOTAL</b>		<b>50.000</b>	<b>500.000</b>	<b>125.000</b>

Visé par le notaire pour former l'annexe  
à la déclaration de souscription  
MMS du 20 AOUT 2013  
Ministère du Commerce

Pour Copie Certifiée Conforme à l'original  
ENREGISTRE A TUNIS  
BUREAU DE L'ENREGISTREMENT  
DES SOCIÉTÉS - 1er BUREAU  
2013  
20 AOUT 2013  
L. M. S.



## Document 2 : liste des souscripteurs CDC Gestion.

Quel hasard a fait que ce “bras financier de l’Etat”, censé investir dans des secteurs stratégiques et dans les régions défavorisées de l’intérieur, cède la majorité de sa société de gestion à une banque privée à capitaux étrangers et à un cabinet dont le patron est un expert italien transfuge de la Banque Mondiale, tous deux propulsés par Amel Karboul comme « acteurs » de sa table ronde sur l’investissement ?

La CDC aurait-elle pu agir ainsi si son “fondateur”, l’ex-ministre des Finances Jalloul Ayed, l’avait soumise au contrôle parlementaire, comme c’est le cas de son homologue en France par exemple ? Est-ce un hasard si les actuels dirigeants du CDC et de Siyaha Capital sont tous les deux issus du cabinet de Jalloul Ayed ? Est-ce aussi un hasard si, parmi tout ce beau monde se penchant sur la carcasse des hôtels endettés, on retrouve d’ex ou actuels dirigeants d’un parti politique libéral qu’on dit proche de Kamel Lazaar ? En prônant le principe cher à ces ultra-libéraux de “partenariats entre le secteur public et le secteur privé”, le ministère du Tourisme signifierait-il son engagement au service des fonds spéculatifs et banques d’affaires privées ?

Enfin, par quelle logique Amel Karboul tente-elle aujourd’hui, à quelques semaines de son départ du ministère du Tourisme, de s’occuper de mener une action qu’elle sait pertinemment inefficace, ne serait-ce que par l’échec du gouvernement à faire voter la loi controversée sur l’AMC ? Une loi qui ne verra certainement pas le jour, du moins sous sa forme actuelle.

Autant de questions qu’il ne serait pas vain d’élucider dès l’installation du futur ministre du Tourisme.

LM

*Lire aussi “CDC, Siyaha Capital etc. : le ministère nous répond”*

---

## Statistiques : mauvais mois d’octobre

Sur les dix premiers mois, les entrées européennes sont en baisse de 3% par rapport à 2013.

Le mois d'octobre se solde par une baisse de 12,8% des entrées par rapport au même mois de 2013, et de 24,4% par rapport à 2010. Le recul des Européens pour le même mois est de 10,2% par rapport à 2013 et de 36,1% par rapport à 2010.

Le retard cumulé des dix premiers mois de l'année est de 1,1% par rapport à la même période de 2013 et de 11,7% par rapport à 2010 pour l'ensemble des entrées. Au 31 octobre, les entrées européennes cumulées sont en baisse de 3% par rapport à 2013 et de 25,6% par rapport à 2010.

NATIONALITÉS	2010	2013	2014	variation % 2014/2013	variation % 2014/2010
FRANCAIS	1 276 575	706 663	659 732	-6,6	-48,3
ALLEMANDS	415 790	387 288	393 665	1,6	-5,3
ANGLAIS	318 172	382 021	393 201	2,9	23,6
ITALIENS	325 955	213 238	234 110	9,8	-28,2
SCANDINAVES	126 007	53 276	43 147	-19,0	-65,8
SUISSES	91 417	50 534	47 066	-6,9	-48,5
BELGES	150 046	143 810	132 937	-7,6	-11,4
HOLLANDAIS	70 649	61 099	57 387	-6,1	-18,8
AUTRICHIENS	51 289	35 011	31 117	-11,1	-39,3
ESPAGNOLS	75 844	21 863	20 538	-6,1	-72,9
LUXEMBOURGEOIS	5 480	4 450	4 241	-4,7	-22,6
GRECS	4 740	1 702	1 681	-1,2	-64,5
PORTUGAIS	38 578	15 655	21 917	40,0	-43,2
IRLANDAIS	13 703	5 280	8 969	69,9	-34,5
MALTAIS	2 683	1 292	2 395	85,4	-10,7
CROATES	9 297	5 046	3 637	-27,9	-60,9
SERBES	20 609	12 364	8 596	-30,5	-58,3
TURCS	13 825	13 977	12 988	-7,1	-6,1
LITUANES	3 016	2 443	4 497	84,1	49,1
RUSSES	185 290	293 997	261 765	-11,0	41,3
UKRAINIENS	15 539	39 767	15 815	-60,2	1,8
TCHEQUES	75 547	96 027	87 346	-9,0	15,6
SLOVAQUES	30 188	28 044	27 247	-2,8	-9,7
SLOVENES	14 573	5 101	5 177	1,5	-64,5
BULGARES	5 698	2 142	2 282	6,5	-60,0
HONGROIS	29 354	21 061	20 477	-2,8	-30,2
POLONAIS	147 662	85 886	107 138	24,7	-27,4
ROUMAINS	9 758	8 610	7 190	-16,5	-26,3
DIVERS EUROPEENS	11 498	16 382	17 346	5,9	50,9
Total Européens	3 538 782	2 714 029	2 633 604	-3,0	-25,6
%	57,8	49,7	48,7		
ALGERIENS	876 070	718 791	1 026 314	42,8	17,1
LIBYENS	1 534 983	1 880 537	1 554 505	-17,3	1,3
MAROCAINS	24 215	26 210	36 151	37,9	49,3
MAURITANIENS	11 182	14 559	16 092	10,5	43,9
Total Maghrébins	2 446 450	2 640 097	2 633 062	-0,3	7,6
%	40,0	48,3	48,7		
AMERICAINS	16 261	11 987	13 465	12,3	-17,2
CANADIENS	14 731	8 519	8 577	0,7	-41,8
Total Nord-Américains	30 992	20 506	22 042	7,5	-28,9
%	0,5	0,4	0,4		
Total Moyen-orientaux	31 375	29 764	45 850	54,0	46,1
%	0,5	0,5	0,8		
AFRICAINS	26 258	32 243	33 090	2,6	26,0
JAPONAIS	10 694	4 978	5 041	1,3	-52,9
DIVERS	25 468	16 701	22 144	32,6	-13,1
AUSTRALIENS	2 520	1 502	1 477	-1,7	-41,4
CHINOIS	3 793	3 677	4 588	24,8	21,0
BRESILIENS	2 538	2 032	1 784	-12,2	-29,7
Total N-Résidents étrangers	6 118 870	5 465 529	5 402 682	-1,1	-11,7
%	100	100	100		

---

# Destination Magazine, le nouvel inflight de Nouvelair

Edité par MCM, le nouveau magazine de bord de la compagnie Nouvelair vient de faire paraître son premier numéro. Avec son petit format "sac à main", ses articles valorisants pour la Tunisie d'aujourd'hui (thalasso, patrimoine, création, vie culturelle...) et son mini-guide touristique par région, il offrira assurément une lecture attrayante pour les passagers des vols charter comme des vols réguliers.

Destination Magazine est un trimestriel édité à 10 000 exemplaires, conçu et réalisé par MCM. Il dispose d'un lectorat potentiel de 1,5 millions de passagers, dont 25% en vols réguliers. C'est le quatrième magazine édité par MCM, après le magazine de bord de Syphax Airlines et les magazines corporate de Seabels Hotels et Laico Hotels.

*Contact : MCM (tél. : 71 749 888 ou en remplissant le **formulaire**)*

*Régie publicitaire déléguée : Maghrebiz (tél. 73 21 32 01)*

*Bijoux d'hier et d'aujourd'hui...*



CRÉATRICES

Jewellery designers

**Azza Haddad**

ENTRE GLAMOUR ET TRADITION

Les créatrices sont à la fois classiques et vanguardes – proches de l'Art nouveau, mais aussi des tendances actuelles – « Je me suis inspirée de ce que j'ai vu en voyageant à travers le monde... Je me suis inspirée de ce que j'ai vu en voyageant à travers le monde... Je me suis inspirée de ce que j'ai vu en voyageant à travers le monde... »

BETWEEN GLAMOUR AND TRADITION

Designer and decorator Azza Haddad also devotes her time to creating jewellery and home mixing different materials – gold, silver, agate, coral and cultured pearls... Her creations are tailor-made items for her clients, they are both classical and modern but also reflect present fashion trends. "They should be able to wear them with jeans" she explains.

Jeweller Azza Haddad (jewellery, Corneille Village par exemple), www.azza-haddad.com

**Olfa Boukef**

COULEURS DE L'ENFANCE

Des horizons aux rêves enfants en passant par les années. Olfa Boukef s'inspire de ce qu'elle ressent avec une ligne épurée. Elle joue des matières comme le verre, le métal, le bois, le cuir, mais surtout le fil. Elle aime travailler avec le tissu et le cuir. Ses créations uniques sont vendues sur Facebook et ses clients sont, dit-elle, de tous à plus de 60 ans!

CHILDHOOD COLOURS

Olfa Boukef will be inspired by her surroundings including insects, cartoons and objects. Using mixed media like leather or fabric, but especially the fibre making that she shares from her mother and a great deal of Tunisia. Her unique creations are sold on Facebook and her clients, she says, are aged from three to over 60 years!

Facebook.com/olfa.boukef

Kimaenti ETHNIQUE ET DÉCALÉ



Originaire de Kairouan, la ville de la mode et des vêtements, en fil de cuir et de perles (perles, méduse, corail, etc.), elle aime travailler sur des vêtements traditionnels. Son énergie se reflète dans ses créations. Elle aime travailler sur des vêtements traditionnels. Son énergie se reflète dans ses créations. Elle aime travailler sur des vêtements traditionnels. Son énergie se reflète dans ses créations.

ETHNIC AND ORNAT

Sévia Jidal brings her own style to her work with fabrics recovered from traditional clothing. Daughter of a seamstress, "I've had a lot of inspiration" she says. She comes from Kairouan, the town of Tunisia and wears her energy also drawn from the Medina and its architecture. She has just opened a boutique. "I like the colors, the style, people and the mystical aspect..." Her brand name "Kimaenti" corresponds to her philosophy of life and can be rendered as "you are as you are".

Jeweller Kimaenti, 4 rue de Pacha, Tunis Tunisia



Traditional jewellery inspires a new generation of craftswomen creators. A rich heritage deeply rooted in Tunisian identity.

Tunisian women have always created their jewellery. But now, women used to buy theirs and finally worked places which they identified themselves to compose their own jewellery for festive occasions. The creation of today has mixed some fresh techniques and work on the metal, precious stones, pearls and/or synthetic materials as the silver, brass, bronze, but without forgetting the art of their mothers and grandmothers. Traditional jewellery is rich and sustained. The young bride in small towns and in the countryside wears a complete set of jewellery which is almost like a wardrobe. Covered heavily from head to toe the daughter under the glittering metal pearls and ornaments with their glowing colours. On the coastline a dashen with a row of glowing shells. From the sea, earrings and fine chains are attached close to the temples displaying a multitude of pendants and medallions. Several rows of necklaces decorate the whole chest. Fibres are still worn these big brooches which on the draped garment to the chest, legs engraved bracelets around the wrists. Hoor ring ("Hakka")

accompany the bride and accompany the bride with their shining. Each part of jewellery taken separately is a marvelous piece of finesse and ingenuity harbouring emotion, history and know-how. A lot of care has gone into the making of the Djeda jewellery with the little jewel-like, each decorated with fibres, shells and enameled, embellished with tiny pendants and coral beads. The main chain flows from the neckline right on to the ankle. Popular belief says that it is so easy to get rid of ailments. Some of jewellery with their little rings of beautiful work like the fish, black, number five and the turtle also have a protective effect. Nowadays, hardly anyone believes in spirits – but who knows? Fibres, beads, shells, the old symbols are coming back. The ancestral art of jewellery is being perpetuated through these tender and comforting motifs and the immemorial task of assembling, combining and harmonizing the materials and motifs.

Lifestyle : design, déco, musique...

Lifestyle

Design Vakay

De bois doux on fait les lunettes. C'est l'honneur de quatre amis du côté de Sfax, ils ont lancé un jour un défi en plus facile à relever en Tunisie une marque de lunettes de soleil à l'occasion de Noël. Une idée pas tout à fait neuve, puisque c'est après avoir vu des modèles au moment de Adam Jaboué diplômé en optique, accompagné de son complice Adelgar Souliman Ghobad se sont associés à fabriquer leur première paire. Un accès à priori de leur proches qui leur a donné envie d'aller plus loin. Rejoint par un second designer Adelgar Chéridi et un ingénieur Mehdi Ghobad ils ont effectué une étude de marché, pris conseil auprès d'experts mais au point leur problème de fabrication... Pour enfin lancer leur marque Vakay en mars dernier. Avec une petite série de quatre couleurs à Sfax, les quatre associés proposent aujourd'hui sept modèles, des plus classiques aux plus tendances... Chaque personne doit trouver le modèle qui lui convient, selon Adam Jaboué directeur commercial, qui assure que ses clients sont tous bien jeunes.

qu'ils honorent d'ailleurs, tradition ou savoir. "Travailler avec des amis, les hommes sont toujours en accord de bien non coloré", s'exprime Adelgar, photographe, moine chinois et adepte. Elles sont équipées de verres de qualité anti-UV, avec coloration unique ou rétroreflexe, polarisés ou non selon le choix. Déjà proposées dans de nombreux points de vente en Tunisie, les lunettes vendent à La Shaperie à Paris. The art of wooden glass frames. This is the story of four friends who one day decided to take up a somewhat crazy challenge to make in Tunisia a brand name for sun glasses with a wooden frame. This idea is not all that new after seeing models on the Internet. Adam Jaboué who has a degree in chartered accounting and his fellow designer Souliman Ghobad had fun in producing their first pair. It turned out to be a success with their relatives and so they decided to move on. They were joined by a second designer Adelgar Chéridi and an engineer Mehdi Ghobad and a market study was carried out. They consulted opticians and finalised their manufacturing process so that finally their Vakay brand name was launched last March. With a small factory comprising four women workers in Sfax, the four associates now propose seven models, from the most classical to the very trendy ones. "Each person should find the model which suits him best", according to Adam Jaboué the commercial director who assures that his clients are both young and not-so-young, business men, students or actors. The hand-crafted frames are always made of non-coloured wood: wenge, bubinga, jacaranda, mahoe, oak and albizia. They are equipped with quality anti-UV lenses, uniform or graded colouring, polarised or not depending on the choice. Already on sale in numerous sales points in Tunisia, they will soon be available at La Shaperie in Paris.

Opticiens : Kima (in Monastir), Meer Opticiens, My Little Eyeglasses (Tunis), Sfax Optics (Sfax), Zoro Optics (Sfax), Optical Design (Sfax).



Le Pompon

"Le Pompon" est une nouvelle boutique de mode, située dans le quartier de la Médina, à Tunis. Elle est créée par deux jeunes femmes, Hilda et Fatma. Les créations sont inspirées par les traditions tunisiennes et les tendances actuelles. Les vêtements sont réalisés avec des tissus de qualité et des coupes modernes. La boutique propose également des accessoires et des bijoux. Les clients sont satisfaits de la qualité des produits et du service client. La boutique est située à l'adresse suivante : [Adresse].



Octobre Musical de Carthage

C'est le rendez-vous annuel des amateurs de musique classique. Les plus grands compositeurs y sont interprétés par des orchestres venus de monde entier. L'événement est organisé par le Centre National de la Musique et de l'Opéra de Carthage. Les concerts ont lieu à l'Opéra de Carthage. Les programmes sont très riches et variés. Les amateurs de musique classique ne manquent pas de s'y rendre. Les billets sont disponibles à l'adresse suivante : [Adresse].

Plus le festival Pop in Djirba, 10e des Loulouches, aura lieu du 22 au 23 octobre au rythme de l'été et des vacances estivales. Plus de 100 artistes tunisiens et étrangers seront présents sur scène. Les concerts ont lieu à l'Opéra de Carthage. Les programmes sont très riches et variés. Les amateurs de musique classique ne manquent pas de s'y rendre. Les billets sont disponibles à l'adresse suivante : [Adresse].

Pop in Djirba



---

# Tourisme local : un simulacre de promotion

Le ministère du Tourisme peine à dépenser 900 000 dinars qui lui restent dans le Fonds de Compétitivité. Il vient de lancer pour cela un plan de soutien au tourisme local consistant à subventionner les agences de voyages qui proposeraient un package sur les régions du Sud et de Tabarka à des prix promotionnels.

Jusque-là, l'intention et l'idée sont des plus louables. Le hic, c'est que le ministère réserve ce soutien aux agences ayant vendu plus de 150 forfaits, et le limite à la période allant du 15 novembre au 15 décembre, excluant ainsi les vacances scolaires et incluant le premier tour des élections présidentielles. Les agences ne disposeront que de quelques jours pour confectionner leurs packages et les vendre à des Tunisiens occupés à autre chose que les voyages.

Pour le Sud, le ministère a cru bon d'exclure les hôtels de Douz – on se demande pourquoi. Concernant Tabarka, il exclut les hôtels de catégories 5 étoiles comme La Cigale, et pour ce qui est des 4 étoiles, concernés par ce programme, ils sont tous fermés à part le Dar Ismaïl. Que reste-t-il alors de ce « plan » ? Le goût amer d'une action précipitée qui aurait pu être lancée depuis un mois, comme c'était prévu.

Une action dont le seul résultat serait au mieux d'améliorer le bilan d'activité du ministère, et au pire de dilapider un argent public qui aurait pu servir à mille et un autres usages plus urgents pour le tourisme et l'économie tunisienne : par exemple, le nettoyage des villes ou même le comblement du déficit de l'Etat, comme nous le suggère un hôtelier...

---

# Grève au Djerba Beach : l'arroseur arrosé

Suite à un avis de grève , le propriétaire de l'hôtel Sentido Djerba Beach a fermé l'établissement. Ce cas doit alerter l'UGTT pour le maintien d'un dialogue social constructif...

Suite à un avis de grève à l'hôtel Sentido Djerba Beach, le propriétaire de l'hôtel (le groupe TTS) n'a trouvé d'autre choix que de fermer l'établissement. En effet, cet avis de grève pour les 21, 22 et 23 octobre a été rendu effectif par l'UGTT Medenine au cours d'une réunion de réconciliation tenue le 20 octobre à la délégation de Djerba-Midoun ; or Thomas Cook, franchiseur et donc unique commercialisateur de l'hôtel, avait annoncé sa décision d'annuler toutes les réservations futures sur le Djerba Beach en cas de grève. La fermeture décidée par la direction en est la conséquence directe.

Mais là où le bât blesse, c'est que le syndicat, manifestement surpris par la réaction du propriétaire, est revenu sur sa décision de grève. Preuve que la voie de la grève n'était pas inévitable. Au moment où nous écrivons ces lignes, nous ne savons pas encore si TTS et plus précisément son franchiseur Thomas Cook comptent rouvrir l'hôtel et dans quels délais.

Cet incident, que nous espérons voir se clore au plus vite, est symptomatique du raidissement des positions de certains syndicalistes, notamment à Djerba. L'usage à la légère de la grève pourrait inciter à l'avenir les propriétaires à recourir systématiquement au lock-out ou grève patronale. L'extrême appelle l'extrême.

Ce cas vient après ceux de l'Hasdrubal Djerba et du Laico Hammamet qui, il y a quelques mois, avaient décidé la fermeture à cause d'une grève. Il doit alerter l'UGTT pour le maintien d'un dialogue social constructif où la grève ne serait que l'ultime recours. Les revendications sont parfois fantaisistes : le changement d'un ou plusieurs directeurs de l'hôtel, le droit des employés à composer eux-mêmes leurs menus ou à garer leurs voitures sur le parking des clients... De telles revendications nuisent à la légitimité syndicale du moment où elles s'immiscent dans les prérogatives du



gestionnaire.

Le droit de grève, protégé par la Constitution, ne doit pas s'opposer au droit au travail, lui aussi constitutionnel, et l'action syndicale ne doit jamais se confondre avec une forme d'autogestion par les salariés.

**LM**

---

## **Faites la cuisine, pas la guerre**

Des jeunes Libyens ont déposé les armes pour apprendre la cuisine en Tunisie...

Ce sont 400 jeunes Libyens qui séjournent actuellement en Tunisie pour des formations à divers métiers. La spécificité de ces jeunes est qu'ils sont d'anciens combattants qui appartenaient à divers groupes et milices paramilitaires en Libye. Parmi ces jeunes, dix-sept ont choisi la spécialité « cuisine et pâtisserie » et sont accueillis depuis lundi 20 octobre et pour deux mois dans le Centre de formation hôtelière Kerkouane à Hammamet.

Comme quoi il faut toujours garder espoir...

---

## **Entretien avec Wahida Djaït : retour au pragmatisme**

Entretien avec Wahida Djaït, Directrice Générale de l'ONTT. Après des mois de tâtonnement, l'administration du Tourisme semble renouer avec le réalisme. Un retour au pragmatisme d'antan qui se traduira par une concentration des moyens sur les réseaux de vente, le soutien à l'aérien et les relations publiques.

# Le Tourisme

**Cela fait six mois que vous êtes à la tête de l'ONTT. A quoi les avez-vous passés, et pour quel résultat ?**

## **Wahida Djaït**

Il faut commencer par rappeler qu'à mon arrivée, l'ONTT vivait dans un climat social particulièrement tendu ; j'ai dû très vite rencontrer les syndicats et notamment le plus représentatif parmi eux, à savoir l'UGTT. Il a fallu d'abord se faire accepter par le syndicat pour lever les appréhensions qu'il avait à l'égard de ma nomination, et entamer le dialogue ensuite. Ainsi, on a pu calmer les esprits et éviter les dérapages ou les grèves en plein été. Cela n'a pas été facile, mais j'estime qu'on a réussi à établir des relations correctes et je dirais même cordiales.

Pour ce qui est de la promotion du tourisme, j'ai dû en quelque sorte prendre le train en marche... Il me restait une certaine latitude pour influencer sur le cours des choses, notamment pour le last minute, et essayer de sauver ce qui pouvait l'être.

**Vos propos laissent supposer que la situation au mois d'avril était des plus catastrophique, alors que le climat politique et social était de loin meilleur que celui qui a prévalu en 2013...**

La situation était fragile et on était sous la menace d'un retournement de situation à n'importe quel moment. Ce qui n'a pas manqué de se réaliser avec l'affaire des croisières ou le problème des ordures, notamment à Djerba, dont nous n'étions pas directement responsables. Ces affaires ont non seulement causé du tort à la destination mais nous ont obligés, pour atténuer leur effets, à gaspiller une énergie qu'on aurait pu mieux utiliser pour préparer la saison.

**Sans remettre en question vos efforts, nous observons un grand décalage entre les déclarations et les réalisations sur le terrain. Nous observons que l'ONTT ne sait plus assurer ne serait-ce qu'un accueil à l'aéroport, comme cela a été le cas pour les invités des Tunisia Awards...**

Vous ramenez cette défaillance à l'ONTT, alors qu'elle est due au comité d'organisation dont un seul des membres appartenait à l'ONTT ; de plus, à la direction du Produit et non pas à la direction des Relations publiques dont c'est le travail. Cette décision a été prise par Mme la Ministre dans l'intention, louable, de motiver les jeunes, mais il leur a manqué l'expérience de ce type d'événements. Personnellement, j'avais proposé une autre composition du comité d'organisation, mais la décision finale ne me revenait pas à moi.

### **Revenons au bilan. Qu'est-ce que l'administration a fait concrètement pour limiter les dégâts sur le marché français ?**

Si vous voulez parler d'un soutien concret aux opérateurs pour les inciter à prendre le risque sur la destination, il est vrai que nous ne l'avons pas fait pour la simple raison que notre représentation en France n'avait pas de budget pour ça. Il est vrai aussi que les difficultés de Tunisair l'empêchaient de prendre plus de risques sur la France. Cependant, il est plus opportun de parler de ce que nous avons décidé de faire aujourd'hui, notamment après la réunion des représentants tenue récemment à Tunis. Pour tous les marchés et plus particulièrement sur le marché français, nous avons décidé de concentrer nos efforts sur les relations publiques et les réseaux de vente. Pour ces derniers, nous ciblons cinq régions de France avec 1300 points de vente des principaux réseaux, à savoir Sélectour/Afat, Havas et Thomas Cook.

### **Il a donc fallu tâtonner pendant tout ce temps pour revenir aux bonnes vieilles méthodes...**

Il s'agit pour nous de réoccuper le terrain après l'avoir négligé, et de le faire avec plus de professionnalisme et de synergies entre le PR et les actions envers le réseau de vente et le soutien à l'aérien. Ce dernier est inscrit dans nos actions des deux années à venir. Nous le ferons selon nos moyens et l'importance que revêt pour nous chaque ligne à soutenir. Mais nous ouvrons la négociation avec nos compagnies aériennes et d'autres pour décider le degré de notre soutien et la forme qu'il pourrait prendre.

Personnellement, je ne conçois pas le soutien à une ligne sur un mois ou deux mais plutôt sur trois ans. Soutenir une ligne aérienne signifie pour nous un plan triennal comprenant aussi le lancement d'actions en PR et auprès des réseaux de vente pour remplir les vols.

Dans ce cadre, nous étudierons avec les fédérations professionnelles les marchés prioritaires auxquels nous devons apporter notre soutien. Il est d'ores et déjà question de l'Italie avec la mise en place d'un Milan-Djerba, de la France notamment pour Tozeur, et des pays scandinaves avec notamment une ligne sur Copenhague pour l'hiver 2015.

Pour résumer, notre nouvelle approche consiste à réajuster nos budgets entre la publicité institutionnelle et le reste des actions pour nous laisser une marge de réaction selon l'évolution des marchés. Cette approche, nous l'appliquons déjà pour la fin de cette saison avec le lancement en France d'une campagne de relations publiques. Son thème est l'énergie des Tunisiens, à travers les portraits de Tunisiens qui agissent et bougent dans divers secteurs. Je me déplace cette semaine *[interview réalisée le 13 octobre]* en France pour y apporter les dernières retouches. Nos actions commenceront donc avant les élections et continueront après pour dire que la Tunisie avance et continuera à avancer.

---

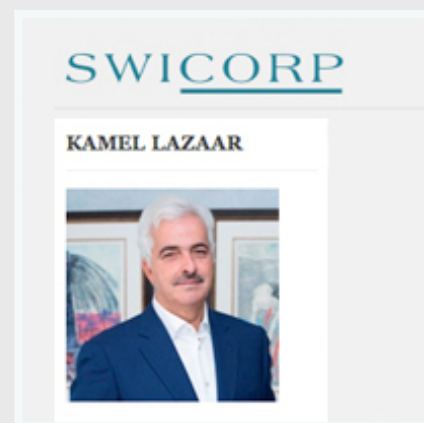
## **Coucou, nous revoilà !**

**letourismemagazine.com** est de retour après une attaque malveillante qui nous a obligés à suspendre le site pendant quelques jours afin de le sécuriser. Toutes nos excuses à nos lecteurs et merci de votre fidélité.

---

## **Qui est SWICORP ? Que veut-il ?**

La banque d'affaires Swicorp et son patron Kamel Lazaar sont devenus, ces temps-ci, l'objet de l'intérêt et des rumeurs les plus folles parmi les hôteliers. Swicorp est-il l'ogre qui veut avaler tous les hôtels endettés, ou un investisseur comme il nous en faudrait plusieurs pour assainir le parc hôtelier tunisien ?



Créée en 1987 et installée en Arabie Saoudite, à Genève, à Dubaï et en Tunisie, la banque d'affaires Swicorp gère un milliard d'euros d'actifs. A sa tête, Kamel Lazaar, un Tuniso-Suisse d'une soixantaine d'années dont le nom se murmure de plus en plus parmi les hôteliers. Il doit cette notoriété d'abord au fonds d'investissement Siyaha Capital qu'il vient de créer, et dont la vocation est de lever des fonds pour racheter des hôtels endettés en Tunisie (on parle de 100 à 200 millions US\$). Il la doit ensuite à sa proximité avec la ministre du Tourisme Amel Karboul, qui le présente à son entourage en tant qu'ami.

Pour certains, il n'en fallait pas plus pour voir un possible conflit d'intérêt pour Amel karboul entre ses fonctions de membre d'un gouvernement décidé à passer une loi controversée sur l'AMC ( voir **notre article**) et son amitié pour un supposé bénéficiaire de cette loi. D'autant plus qu'on prête à ce dernier l'intention de « *rafler tous les hôtels endettés* ». Or rien n'est moins sûr : l'appétit de Siyaha Capital se limiterait, selon nos sources, à une quinzaine d'hôtels. Des hôtels qu'il acquerrait pour certains en négociant directement avec les propriétaires actuels – qui resteraient actionnaires – et pour d'autres grâce à un montage financier basé sur la "dette mezzanine" \*. Et c'est là que le fonds Siyaha peut susciter quelques interrogations.

### Un fonds d'investissement comme les autres ?

Présenté sur le site web de Swicorp comme un « *philanthrope avide d'art arabe contemporain* », Kamel Lazaar n'en semble pas moins un excellent financier et un patron de fonds d'investissement des plus avisés. En effet, selon nos sources, Siyaha Capital promettrait aux investisseurs un IRR (Internal Rate of Return, soit la capacité du projet à croître ou à générer des bénéfices)

de 20 à 25% sur la période d'investissement ainsi qu'une multiplication par trois de leur mise de départ (MoC x 3).

Une telle rentabilité, aussi gargantuesque soit-elle, est toutefois commune à ce type de fonds d'investissement utilisant la dette dite "mezzanine" \* comme effet de levier. « *On appelle ça des achats par LBO (Leveraged Buy-Out, achat avec effet de levier) ou rachats d'entreprises par endettement* », nous a expliqué un spécialiste. L'objectif, poursuit notre interlocuteur, est « *de faire une croissance modeste de l'entreprise, mais énorme des fonds propres grâce à l'effet de levier [donc grâce à la dette, ndlr]. La période considérée pour la réalisation de l'IRR est souvent comprise entre 5 et 7 ans pour les fonds d'investissement. Pour assurer, par exemple, une croissance de 25% sur 5 ans, on obtient 4,5% par an ; si c'est sur 7 ans ça fait 3,2% par an. Reste à savoir, conclut-il, si les hôtels en question peuvent assurer une telle croissance* ».

La dette hôtelière est donc une aubaine pour un fonds d'investissement qui détiendrait le secret non seulement d'enrichir ses membres, mais aussi de transformer à moyen terme des hôtels déficitaires en entreprises rentables. Ce secret, selon nos sources, semble être, outre ce qu'on pourrait appeler une spéculation sur la dette, l'affiliation de tous les hôtels rachetés à des chaînes internationales et la création par Siyaha Capital de sa propre société de gestion hôtelière, qui compterait à cette fin des cadres virtuoses. De tels cadres sont malheureusement inconnus du commun des professionnels... Il est permis de douter de leur virtuosité.

## Vautours et pigeons

Mais là où Swicorp fait preuve d'originalité, disons même de génie, c'est dans la composition de son tour de table pour créer son fonds Siyaha. C'est Safia Hachicha, directrice générale de Siyaha Capital, qui livre le profil des investisseurs dans un entretien accordé à Jeune Afrique en mai 2013. Le journal affirme ainsi que « *la nouvelle Caisse des dépôts et consignations tunisienne a d'ores et déjà annoncé sa contribution. Pour compléter son tour de table, Safia Hachicha sollicitera des bailleurs de fonds comme la Banque mondiale ou la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (Berd)* ».

En fait, la Caisse des Consignations (CDC), établissement public créé en 2011

par Jalloul Ayed du temps où il était ministre des Finances, jouerait le rôle de “sponsor” de référence selon le jargon des financiers, avec une participation qui s’élèverait à 30% du fonds Siyaha. Swicorp serait alors le “GP” (General Partner), soit le patron de l’opération avec une participation de pas plus de 10%.

Ainsi, un établissement financier public censé encourager l’investissement et l’emploi s’adonne à la spéculation financière dans le cadre d’une opération d’« assainissement » des banques publiques recommandée et pilotée par la Banque Mondiale, qui se retrouverait elle-même parmi les bénéficiaires dudit assainissement en tant qu’« investisseur » dans le fonds Siyaha. C’est le serpent qui se mord la queue.

Pour compléter le tableau, rappelons que Safia Hachicha, actuelle directrice générale de Siyaha Capital, avait quitté son poste chez Swicorp après la révolution pour rejoindre le cabinet du ministre des Finances Jalloul Ayed : « avec la bénédiction de Swicorp pour qui je travaillais depuis 2005 », affirmait-elle à Jeune Afrique. Une mission à laquelle elle a mis fin au bout de quelques mois pour retourner à la direction de Swicorp, mais qu’elle a eu le temps de mettre à profit pour « assouplir » les textes encadrant le capital-investissement, nous informe le même journal. On n’est jamais aussi bien servi que par soi-même.

Nous avons sollicité Safia Hachicha pendant deux semaines et à trois reprises pour une entrevue, en vain. On ne saura pas si Siyaha Capital est ou non un fonds vautour. Mais on sait déjà qui sont les pigeons.

## **LM**

*\* La dette d’une entreprise se subdivise en trois catégories : dette à court terme, dette “senior” (de 2 à 10 ans) et enfin dette “mezzanine” dont le remboursement est subordonné à celui de la dette senior. Elle est ainsi mieux rémunérée car supposée plus risquée que la dette senior.*

---