

Promotion du tourisme en Tunisie : rien de révolutionnaire

Une onde de choc, un vent qui souffle, un printemps. Si la démocratie a l'odeur de jasmin en Tunisie, les Français, rivés à leurs écrans, n'ont pas perdu une miette de la jeunesse s'immolant en pleine rue, de la contestation qui enflé... réprimée dans le sang. Puis il y a eu les scènes de liesse, la fuite de Ben Ali. Les émeutes acquièrent le statut de révolution, un mot qui ne devrait pas effrayer les enfants de 1789. Mais de là à ce que les Français remplissent les hôtels tunisiens cet été, les professionnels du tourisme en doutent des deux côtés de la méditerranée.

Et les chiffres de l'office national du tourisme tunisien leur donnent raison de s'inquiéter. Les recettes ont baissé de 40%, les nuitées touristiques chutent 60%. Des pourcentages « *bien en-deça de la réalité* », pour Sylvie Messai, présidente de l'association La Tunisie autrement. Elle en revient tout juste et témoigne : « *A part à Hammamet où il y a quelques touristes individuels, les hôtels sont vides partout et surtout dans le sud. Tout le monde est au chômage. Restaurateurs, loueurs de voiture, guides, ils sont prêts mais attendent... Alors que la période février-avril est importante* ». Pour attirer le touriste, il faut d'abord le rassurer. « *Le message doit d'abord mettre l'accent sur la sécurité. Ce n'est pas l'anarchie, le peuple tunisien a toujours été plein de retenue et même aujourd'hui, il ne s'est pas encore complètement habitué à la liberté* », explique-t-elle.

Une fois le touriste tranquillisé, encore faut-il le séduire. Mehdi Houas, ministre transitoire du tourisme en Tunisie, a pris les devants, débloquant 60 millions de dinars (30 millions d'euros) pour le secteur. Il lance il y a quelques semaines dans l'hexagone une grande campagne de promotion de son pays. La conception est confiée à une agence de communication parisienne, Bygmalion, les tunisiens grincent des dents. Deux slogans émergent : « *I love Tunisia* » et « *Enfin libre... de bronzer* ». Une communication qui ressemble à un « *bricolage à la va-vite. L'opération aurait demandé plusieurs mois de réflexion, mais ils devaient positionner rapidement une identité en rupture avec le régime précédent* », analyse Pierre Frustier, chercheur en communication touristique à l'université de Nantes.

Certes, le message est bien fade comparé aux passions que déchaîne encore la Tunisie. Mais Sylvie Messai regrette surtout cette « *occasion rêvée* » de rompre avec la Tunisie des hôtels étoilés avec piscine alignés en bord de mer, et dont ne s'est pas emparée le ministère. « *Le tourisme tunisien souffre depuis longtemps, il n'est plus adapté à la demande : aujourd'hui on veut sortir des sentiers battus. Ceux qui viennent à l'hôtel, ne voient rien du pays et n'ont pas envie de revenir. Même communiquer en leur disant que le pays a changé, ne leur évoque rien, puisqu'ils ne l'ont pas vu* ». Elle aurait voulu que soit mis en avant le patrimoine architectural, la gastronomie, la culture, plutôt que « *les tours opérateurs bradent les séjours au dépend de l'économie locale* ».

C'est l'idée que défend aussi l'Institut des Hautes études touristiques de Sidi Bou Saïd. Chercheurs et professionnels sont invités à penser « *l'après trois S (soleil, sable sea)* », lors d'un colloque mi-mai. La directrice de l'Intitut, Cheriffa Lakhoud, développe : « *le triptyque ne fonctionne plus, la révolution doit s'accompagner d'une transition touristique. Le produit touristique aujourd'hui doit être culturel, artistique, et c'est la bronzette qui devient l'accessoire* ».

A ses yeux, la promotion touristique doit être porteuse d'un message politique. Si on lui avait laissé les rênes, elle aurait dit aux touristes : « *Venez participer à la revendication, venez égaux et ouverts voir la Tunisie qui a changée* ». Une stratégie de communication qui permet aussi de « *cibler* » son touriste, fini le Bidochon, le touriste de demain sera « *engagé* », fait-elle remarquer. Et Cheriffa Lakhoud de citer à l'appui le séjour d'Olivier Besancenot, « *le révolutionnaire qui n'avait jamais vu de révolution* ».