La Presse ÉCONOMIE

SUPPLÉMENT HEBDOMADAIRE DU MERCREDI 6 OCTOBRE 2021 ■ PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL : NABIL GARGABOU — DIRECTEUR DE LA RÉDACTION DES PUBLICATIONS : CHOKRI BEN NESSIR

MOHAMED MOEZ BELHASSINE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ONTT A *LA PRESSE :*

«UN TRAVAIL RESTE À FAIRE POUR ADAPTER L'OFFRE TOURISTIQUE À LA DEMANDE LOCALE»

Page 3

JABEUR BEN ATTOUCH, PRÉSIDENT DE LA FTAV *À LA PRESSE :*

«LA TUNISIE A DE FORTES CHANCES D'ÊTRE PARMI LES PREMIÈRES DESTINATIONS EN 2022»

Page 2

▶ BILLET

2021, UNE ANNÉE EN DEMI-TEINTE

Par Najoua HIZAOUI

LE secteur du tourisme a été la première victime collatérale de la crise sanitaire. Des annulations multiples, des avions cloués au sol et des recettes en chute libre sont devenus le quotidien amer des hôteliers, des agences de voyages et autres opérateurs du secteur touristique. Après une année 2020 extrêmement difficile et un exercice 2021 en demi-teinte, les regards se tournent vers 2022 qui pourrait être l'année de la reprise. Même si la situation sanitaire impose de rester vigilant, plusieurs facteurs redonnent de l'espoir aux professionnels du secteur. Il y a, d'une part, la réussite de la campagne de vaccination anti-covid qui a atteint ses objectifs, la levée des restrictions sanitaires dans certains pays, et, d'autre part, le retour de la croissance et la reprise des activités économiques dans plusieurs pays.

Autant dire que le secteur a besoin aujourd'hui d'une stratégie de relance forte et dotée de moyens suffisants, une volonté des pouvoirs publics et une mobilisation de tous les acteurs pour permettre à l'industrie touristique tunisienne de survivre, de renouer avec la croissance et de retrouver sa place dans l'économie nationale.

Dans son message à l'occasion de la Journée mondiale du tourisme, célébrée le 27 septembre dernier, l'ONU indique que malgré un léger sursaut au mois de mai 2021, l'apparition de variants du covid-19 et le maintien des restrictions font que le tourisme interne se relève plus rapidement que les voyages internationaux, notant que les conséquences de la pandémie sur le tourisme pourraient entraîner une perte de plus de 4.000 milliards de dollars pour l'économie mondiale, alors que les experts du tourisme ne s'attendent pas à retrouver les niveaux d'arrivée antérieurs à la pandémie avant 2023 ou même plus tard.

La crise sanitaire était à juste titre une occasion de repenser l'avenir du secteur du tourisme. Son redémarrage va aider à enclencher la reprise et la croissance de l'économie nationale. En parallèle, les professionnels du tourisme ont veillé, durant la saison estivale écoulée à la promotion du tourisme intérieur qui, pour eux, a sauvé la saison touristique 2021.

En effet, l'affluence des touristes locaux était importante, notamment dans les zones balnéaires, au Sud, également à Djerba, Zarzis, et au Sahel à Mahdia, Monastir, avec une capacité d'accueil de 50% dans les hôtels.

Le ministère de tutelle a aussi fait état d'une hausse du nombre de nuitées de 8,2%, durant les 8 premiers mois de l'année 2021, pour atteindre 4,8 millions de nuitées. Cette hausse a été stimulée par le tourisme intérieur, vu que le nombre de nuitées des résidents a augmenté de près de 20% (à 2,8 millions de nuitées), contre une légère baisse des nuitées des non-résidents de -4,7%.

En attendant la confirmation du retour à la normale ou du moins au même niveau d'activité avant la crise sanitaire, toutes les destinations touristiques phares dans le monde se positionnent et se préparent intensément au retour des touristes. Le tourisme interne demeure, certes, une carte à jouer pour sauver le secteur en pleine période de crise.

Dans ce contexte, et pour la saison hivernale, le ministère de tutelle doit penser au lancement d'une campagne de promotion du tourisme interne qui intervient à un moment important pour la relance de l'activité touristique du pays. Un moment d'autant plus crucial que les professionnels du secteur ont émis le besoin d'une campagne forte pour assurer la prochaine saison estivale 2022.

Afin de réussir la relance, tous les acteurs du tourisme ont leur rôle à jouer. Dans ce schéma, les régions peuvent contribuer grandement à améliorer l'offre touristique. La finalité étant de plancher sur la redéfinition de la stratégie de promotion des régions et leurs spécificités. Dans cette perspective, l'objectif étant de doter chaque région de «Kit Brand» complets qui vont de la plateforme marketing, produit basé sur l'offre touristique unique, jusqu'à la production de contenus pour le digital, les réseaux sociaux, la TV, la radio, la presse écrite, etc.

UNE OPTION STRATÉGIQUE Page 3

▶ ZOOM **PROCHAIN GOUVERNEMENT LE REDRESSEMENT DES INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES SERAIT DE BON ALOI** Page 4

▶ L'ENTREPRISE AUTREMENT **DES MÉTHODES À REVOIR (V)** Page 4

TOURISME INTÉRIEUR

UNE ALTERNATIVE, UN OUTIL COMPENSATOIRE…

Certaines destinations touristiques ont réussi durant les années 2020-2021 à atténuer l'impact de la crise sanitaire du covid-19 grâce au développement du tourisme interne. Ce dernier constitue une priorité pour le ministère de tutelle et ses divers organismes, non seulement en tant que facteur de résilience à court terme, mais aussi pour en faire un levier de développement à long et moyen termes.

Page 2

ZTE
De grands écrans
et des prix d'exception

À partir de 79 DT

Profitez d'un large choix de smartphones avec la gamme ZTE Blade qui allient qualité et prix accéssible !
Jusqu'à trois caméras pour des photos de haute qualité et 2,5 Go internet chaque mois pendant 1 an.
D'autres formules sont disponibles en boutique.

ooredoo
عيش الأنترنات

Engagement de 12 mois. Min facture 100dt / 2.5Go par mois
Plus d'offres à facture en boutiques. Voir les conditions de vente en Boutiques.
Photos non contractuelles. Prix Blade ZTE A71 : 379dtdt

ZTE

87

TOURISME INTÉRIEUR

UNE ALTERNATIVE, UN OUTIL COMPENSATOIRE…

Certaines destinations touristiques ont réussi durant les années 2020-2021 à atténuer l'impact de la crise sanitaire du covid-19 grâce au développement du tourisme interne. Ce dernier constitue une priorité pour le ministère de tutelle et ses divers organismes, non seulement en tant que facteur de résilience à court terme, mais aussi pour en faire un levier de développement à long et moyen termes.

Longtemps considéré comme le parent pauvre du tourisme tunisien, le tourisme intérieur ne fait parler de lui qu'en période de crise. Il intervient comme élément essentiel des plans anticrise et s'est vu accorder, durant les deux années (2020-2021), une importance relative, aussi bien de la part des responsables du tourisme que des opérateurs touristiques privés. Le tourisme intérieur constitue un apport considérable au développement économique régional. Il a permis, durant ces deux années, outre l'atténuation des effets de la saisonnalité du tourisme international sur la rentabilité des établissements d'hébergement, en particulier, et sur celle des entreprises touristiques, en général, le maintien, d'une part, d'emplois et des effets induits sur certains services : transport, restaurants, artisanat…

> Les professionnels du secteur, eux, affirment que ce créneau représente une demande à potentiel sûr, quelles que soient les conditions internes du pays. D'autres opérateurs pensent qu'il n'est qu'une solution partielle et un leurre économique pour les crises touristiques internationales.

À la rescousse

Pour combler les vides, le tourisme intérieur a servi d'alternative à la régression de la fréquentation touristique internationale et un outil compensatoire du tourisme international en périodes de haute et basse saisons. Les professionnels du secteur, eux, affirment que ce créneau représente une demande à potentiel sûr, quelles que soient les conditions internes du pays. D'autres opérateurs pensent qu'il n'est qu'une solution partielle et un leurre économique pour les crises touristiques internationales.

Il existe un certain nombre de facteurs socioéconomiques, infrastructurels, organisationnels et professionnels qui limitent le développement du tourisme intérieur. Sa promotion passe par une volonté politique qui doit être accompagnée de mesures concrètes, susceptibles de la soutenir. Les secteurs public et privé sont appelés à s'impliquer davantage dans la planification d'un programme de réalisations d'infrastructures d'accueil nécessaires pour le tourisme social.

En cette période de crise, les opérateurs et les professionnels du secteur manifestent d'ores et déjà le souhait de voir se développer un tourisme intérieur. Mais, en même temps, on constate que ces derniers ne réagissent pas concrètement ou, plutôt, ils réagissent superficiellement par l'encouragement de campagnes promotionnelles, à effet relativement faible.

Le rôle de l'Etat, notamment les collectivités locales, est de conserver et de gérer à bon escient le patrimoine touristique naturel et d'assurer son exploitation, comme domaine public de l'Etat, par tous les visiteurs sans exception, qu'ils soient nationaux ou étrangers.

> En cette période de crise, les opérateurs et les professionnels du secteur manifestent d'ores et déjà le souhait de voir se développer un tourisme intérieur. Mais, en même temps, on constate que ces derniers ne réagissent pas concrètement ou, plutôt, ils réagissent superficiellement par l'encouragement de campagnes promotionnelles, à effet relativement faible.

Leçons à retenir

Il faut retenir les leçons de la pandémie du covid-19 qui a poussé de nombreux pays à revoir leurs stratégies et mettre en avant le tourisme intérieur à travers des initiatives de promotion visant à faire connaître les richesses et trésors touristiques que recèlent ces pays, et la valeur ajoutée qu'il peut créer .

C'est une opportunité pour coordonner les efforts entres les différentes parties concernées afin de renforcer les capacités des entreprises hôtelières pour faire la promotion du tourisme local. Ce secteur est parmi ceux qui ont le plus enregistré des pertes, à l'instar de ce qu'ont subi les agences de tourisme et de voyages qui ont perdu plus de 80% de leur chiffre d'affaires. Certes, la crise sanitaire a causé de grands préjudices à l'économie nationale mais elle a donné cependant l'opportunité pour faire découvrir aux Tunisiens leur pays.

Le tourisme interne pourrait assurer un éventuel redémarrage dans les prochains mois durant la saison hivernale qui verra la réorganisation des festivals internationaux au sud du pays et bien d'autres manifestations touristiques internationales d'envergure.

Après la crise sanitaire, le tourisme interne devient un créneau stratégique pour la survie du tourisme et il est temps de développer un créneau aussi important, puisqu'il représente environ 75% de l'activité économique liée au tourisme au sein des pays de l'Ocde.

S'agissant des recettes du tourisme interne en Tunisie, le World Tourism&Travel Council (Wttc), dont le rapport annuel Global Economic Impact & Trends fait référence dans le monde, indique que ses dépenses s'élèvent à 48% du total des recettes touristiques.

Ainsi, les dépenses faites en Tunisie au titre du tourisme intérieur seraient quasi équivalentes à celles du tourisme international. Ce chiffre inclut, en plus des dépenses de vacances des résidents, le transport, ainsi que les voyages des Tunisiens à l'étranger qui sont payés localement, et ce, conformément aux règles de calcul du Compte Satellite du Tourisme (CSP).

Le marché intérieur existe donc bel et bien, mais son développement accuse toujours du retard. A l'évidence, la stratégie de relance et de développement du tourisme intérieur devrait être peaufinée par des indicateurs actualisés sur le nombre de nuitées, des arrivées, la consommation du Tunisien, les recettes, ses causes de départ et de non départ en vacances, ses critères et ses canaux de choix de sa destination, son budget, etc.

Najoua HIZAOUI

> Après la crise sanitaire, le tourisme interne devient un créneau stratégique pour la survie du tourisme et il est temps de développer, un créneau aussi important puisqu'il représente environ 75% de l'activité économique liée au tourisme au sein des pays de l'Ocde.

JABEUR BEN ATTOUCH, PRÉSIDENT DE LA FTAV À *LA PRESSE*

«LA TUNISIE A DE FORTES CHANCES D'ÊTRE PARMI LES PREMIÈRES DESTINATIONS EN 2022»

Derrière les chiffres de l'épidémie et les statistiques des pertes économiques, égrenés à longueur de journée, il y a des employés qui ont été remerciés, des entreprises qui ont mis la clé sous le paillasson et des familles qui ont basculé dans la pauvreté. Le tourisme est, peut-être, le secteur où les conséquences sociales de l'arrêt de l'activité se font le plus sentir. Heureusement, la situation commence à se décanter et 2022 pourrait être l'année de la reprise du tourisme mondial. Mais, à ce jour, la Tunisie est classée en rouge par la plupart des marchés émetteurs européens. Selon Jabeur Ben Attouch, président de la Ftav, il est nécessaire de déployer un effort politique et diplomatique pour débloquer la situation. Pour le patron des voyagistes, le maintien du tissu économique du secteur est aussi une condition sine qua non pour la relance de l'activité touristique. Il apporte son éclairage. Entretien.

La crise du coronavirus a été fatale pour le tourisme et toutes les activités annexes, notamment les voyages. Ces secteurs tiennent-ils le coup face au covid-19? Peuvent-ils encore résister si l'épidémie persiste?

Depuis février 2020, le secteur du tourisme subit les conséquences désastreuses de la propagation de l'épidémie du coronavirus à l'échelle planétaire. Tout le monde sait que le tourisme et le voyage sont les premiers secteurs à pâtir de la crise sanitaire. Malgré les efforts des professionnels, de l'Etat et des organismes professionnels, nous n'avons pu échapper aux conséquences de la pandémie. Les répercussions sont tellement lourdes que plusieurs activités comme le transport aérien, El Omra, etc. sont quasi à l'arrêt. Le tourisme local est la seule activité qui a fait montre de résilience face à la crise, et ce, tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle mondiale. Étant donné les restrictions de voyage et l'arrêt du transport aérien dans le monde, le tourisme domestique a pris les devants, et c'était le cas pour toutes les destinations touristiques. L'apparition de nouveaux variants était à l'origine de la morosité persistante du secteur. La flambée des cas de contamination au mois de juillet dernier et le classement de la Tunisie en rouge par les pays européens ont infligé le coup de massue aux professionnels du tourisme. Le tableau est assez sombre, et en l'absence de mesures de soutien et de solutions immédiates, la situation actuelle ne laisse pas entrevoir l'espoir pour les opérateurs du tourisme qui sont à bout de souffle et redoutent la faillite.

> Aujourd'hui, on est en train de préparer le pass vaccinal à l'image de ce qui est appliqué en Europe. Le taux de contamination est vraiment bas en comparaison avec d'autres destinations classées en vert par les principaux marchés européens émetteurs. A mon avis, le secteur a toutes ses chances de reprendre l'activité en 2022. Mais il faut avant tout sauvegarder son tissu économique.

Durant les 18 mois écoulés, tourisme et activités annexes étaient presque à l'arrêt total. Donc, les professionnels ont puisé dans leurs fonds et dans leurs capitaux et pourtant ils n'arrivent plus à honorer leurs engagements. Près de 47% du personnel des agences de voyages ont été licenciés. Le problème c'est que dans le cas où l'activité touristique reprendrait dans la période à venir, on risque de faire face à une pénurie de main d'œuvre qualifiée, surtout qu'il s'agit d'une activité technique qui nécessite des compétences spécifiques et des employés suffisamment qualifiés. Le secteur est sur le fil du rasoir. Il est vrai que, pour certains marchés émetteurs comme la Russie et l'Europe de l'Est, l'activité a redémarré mais ce n'est pas le cas pour les pays de l'Union européenne, l'Algérie et la Libye. A ce jour, la Tunisie est classée en rouge par les Européens et, pour débloquer la situation, il ne faut pas ménager ses efforts politiques et diplomatiques.

> La reprise de l'activité est possible, mais elle est tributaire d'une situation politique stable. Le tourisme et le voyage sont des secteurs fragiles puisqu'ils dépendent de tout, de la situation sanitaire, de la stabilité politique… Ils sont exposés à tous types d'aléas qui peuvent influencer directement ou indirectement leurs activités.

Justement, l'épidémie a ralenti; mais, à ce jour, la Tunisie est classée en rouge. Peut-on espérer une reprise de l'activité touristique et un retour des touristes étrangers dans la période à venir?

Il faut le dire, la reprise de l'activité est possible, mais elle est tributaire d'une situation politique stable. C'est tout ce dont ont besoin le secteur et les opérateurs: une situation politique stable et claire. Le tourisme et le voyage sont des secteurs fragiles puisqu'ils dépendent de tout, de la situation sanitaire, de la stabilité politique… Ils sont exposés à tous types d'aléas qui peuvent influencer directement ou indirectement leurs activités. Mais c'est un secteur prometteur pour la destination, les professionnels et l'économie nationale. La Tunisie a de fortes chances d'être parmi les premières destinations à redémarrer à partir du mois de mars 2022.

Par quoi faut-il commencer pour réussir la relance du tourisme?

Il faut avant tout sauvegarder le tissu économique du secteur, c'est-à-dire les entreprises, les employés, les agences de voyages, les unités hôtelières, etc. Il est, aussi, primordial de protéger la compagnie aérienne nationale. Deuxièmement, il faut travailler sur l'image de la destination. Au niveau de la communication, on peut mettre l'accent sur l'amélioration de la situation sanitaire dans le pays et sur les efforts déployés dans la lutte contre la propagation du virus. Tous les professionnels du tourisme sont désormais vaccinés. Aujourd'hui, on est en train de préparer le pass vaccinal à l'image de ce qui est appliqué en Europe. Le taux de contamination est vraiment bas en comparaison avec d'autres destinations classées en vert par les principaux marchés européens émetteurs. A mon avis, le secteur a toutes ses chances de reprendre l'activité en 2022. Mais il faut avant tout sauvegarder son tissu économique.

Plusieurs destinations touristiques à travers le monde ont tiré profit de la crise covid et de l'arrêt de l'activité touristique pour repenser et réinventer le secteur, ce qui n'a pas été le cas en Tunisie. Est-ce une occasion ratée pour le tourisme tunisien?

Il est vrai qu'on n'a rien fait durant toute la période écoulée. Nous étions tous — professionnels et administration — dans un état de panique et de stupeur face à la situation sanitaire. Il n'y avait pas de vision stratégique. On a travaillé pour remédier aux problèmes immédiats, mais on n'a pas préparé l'après-covid. C'est normal qu'aujourd'hui notre vision ne soit pas claire. On n'a pas sauvé les emplois et les entreprises. Il faut rappeler que le tourisme représente entre 11 et 14% du PIB. A mon avis, on a raté cette occasion, mais on est toujours prêt parce que le tourisme est un secteur sensible et très réactif. Malgré les pertes sèches encaissées, les professionnels sont engagés pour assurer le redémarrage de l'activité. Rappelons que jusqu'à maintenant, la Ftav a recensé plus de 3 milliards de dinars de pertes sèches dans le secteur du voyage durant les 18 mois précédents. Entre paiement de leasing, loyers, crédits, paiement des salaires et autres charges, les entreprises se battent pour honorer leurs engagements et, malheureusement, elles n'ont trouvé aucun soutien ni de la part de l'Etat ni de la part des banquiers. Le secteur financier était à côté de la plaque et n'a pas fait son travail. Nous sommes tous responsables face à cette situation alarmante.

Propos recueillis par
M. SAIDI

> Le tourisme local est la seule activité qui a fait montre de résilience face à la crise, et ce, tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle mondiale. Étant donné les restrictions de voyage et l'arrêt du transport aérien dans le monde, le tourisme domestique a pris les devants, et c'était le cas pour toutes les destinations touristiques.

TOURISME INTÉRIEUR

MOHAMED MOEZ BELHASSINE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ONTT A *LA PRESSE*

«UN TRAVAIL RESTE À FAIRE POUR ADAPTER L'OFFRE TOURISTIQUE À LA DEMANDE LOCALE»

Pour la deuxième année consécutive, le tourisme domestique a été la bouée de sauvetage pour l'activité hôtelière. La crise du covid a braqué les projecteurs sur le potentiel du marché intérieur, mais aussi sur les avantages de la démocratisation du tourisme. Un effort d'adaptation à la demande locale, en termes d'infrastructure, de services offerts et de tarifs appliqués, est nécessaire pour revigorer un marché qui recèle un potentiel inexploité. "On va essayer de permettre à diverses classes sociales d'accéder au tourisme. C'est le tourisme pour tous", affirme Mohamed Moez Belhassine, directeur général de l'Ontt. Il nous en parle plus. Entretien.

Quel est l'impact de la crise sanitaire sur le secteur en termes de recettes ?

Le secteur touristique, ce joyau de l'économie mondiale, se doit aujourd'hui de relever un défi, celui de la survie face à une crise sanitaire sans précédent qui a mis à terre toutes les destinations touristiques sans exception. Fermetures de frontière, confinement sanitaire, etc, toutes ces mesures ont frappé de plein fouet la mobilité touristique. Le secteur s'est trouvé dans une situation de paralysie totale. Ce contexte reste ambigu et incertain. Toute l'industrie touristique mondiale devrait s'y adapter. Mais on commence à enregistrer des prémices de reprise à partir de 2022 surtout avec l'amélioration de la situation sanitaire et l'assouplissement des conditions d'entrée. Au niveau mondial, l'année 2020 a été marquée par une baisse des recettes qui a atteint 80% par rapport à l'année 2019. En Tunisie, les pertes, en matière de recettes touristiques, ont dépassé les 3 milliards de dinars en 2020, sachant qu'en 2019 le total des recettes touristiques s'est établi à plus de 5,6 milliards. Mais, en réalité les pertes sont beaucoup plus importantes parce que les recettes touristiques ne reflètent pas la contribution exacte du secteur touristique à l'économie nationale. Pour avoir les chiffres exacts, il faut un système d'information statistique très fiable. Pour le moment, on ne dispose pas en Tunisie d'un compte satellite tourisme qui permet d'avoir des indicateurs clés précis fiables de l'activité touristique. Actuellement, on utilise les indicateurs communiqués officiellement, à savoir les recettes touristiques, les arrivées aux frontières et le nombre des nuitées touristiques. Jusqu'au 20 septembre 2021, on a réalisé 1.736.000 dinars de recettes, soit une augmentation de 6,1 % par rapport à la même période de l'année 2020 et une baisse de 58,6% par rapport à la même période de l'année 2019.

> En Tunisie, les pertes, en matière de recettes touristiques, ont dépassé les 3 milliards de dinars en 2020, sachant qu'en 2019 le total des recettes touristiques s'est établi à plus de 5,6 milliards. Mais, en réalité les pertes sont beaucoup plus importantes parce que les recettes touristiques ne reflètent pas la contribution exacte du secteur touristique à l'économie nationale.

Jusqu'au 30 septembre, les arrivées aux frontières ont accusé une légère baisse de 3% par rapport à 2020 et de 81% par rapport à 2019 où le nombre total des arrivées a dépassé les 9.429.000 touristes non-résidents. Cet écart par rapport à ce qui a été enregistré en 2020 s'explique par la légère augmentation (8%) du nombre des arrivées au cours des deux premiers mois de 2020. Avant le déclenchement de l'épidémie, on prévoyait une année 2020 exceptionnelle. D'ici la fin de l'année, on table sur une augmentation du nombre d'arrivées par rapport à 2020. En termes de nuitées, on compte déjà, jusqu'au 10 septembre 2021, un total de 5.513.000 nuitées, soit une augmentation de 16,6% par rapport à la même période de 2020. Cet indicateur est très important parce qu'il donne une idée sur l'activité dans les établissements d'hébergement touristique. En effet, sur les 5,5 millions de nuitées touristiques, 3,3 millions ont été réalisées par des résidents. Ce qui reflète le poids du tourisme domestique qui représente 60% de l'activité.
En 2019, le marché local représente 21 % de l'activité touristique. Ce taux a connu une nette augmentation en 2020 pour s'établir à 52%. Au niveau mondial, la part du marché intérieur se situe aux alentours de 50%. Le marché intérieur est un marché très important. Mais il faut stimuler davantage la demande locale et améliorer l'offre destinée aux touristes tunisiens.

Mais on ne peut pas miser uniquement sur le tourisme intérieur pour relancer le secteur?

Bien sûr, parce que la capacité du marché intérieur est limitée. On dispose d'une capacité d'hébergement de 230 mille lits. En 2020, seulement 140 mille lits ont été mis en exploitation. En 2018, le taux d'occupation était de 40%, il est passé à 44,6% en 2019. En 2020, le taux d'occupation frôle à peine les 11%. Il faut faire tourner les hôtels. Notons que l'investissement cumulé dans le secteur touristique est de 10 milliards de dinars. Donc, le tourisme intérieur est un marché important mais il faut également développer d'autres marchés.

Vous dites qu'il faut mettre en place une stratégie pour stimuler le marché local. Quelles sont ses grandes lignes ?

On a désormais élaboré une stratégie qu'on a commencé à mettre en place. Déjà la croissance du nombre des nuitées réalisées par les touristes locaux est, en partie, due à un mécanisme de soutien au tourisme intérieur qu'on a mis en œuvre. En décembre 2020, l'Ontt a signé une convention avec les fédérations professionnelles de la FTH et la Ftav. Elle comprend des incitations financières au profit du consommateur tunisien pour l'encourager à passer ses vacances dans les établissements touristiques. On a également mis l'accent sur le volet communication. On a donc conçu une série de capsules pour faire la promotion de diverses régions touristiques sur les réseaux sociaux. Ces capsules mettent en valeur les richesses dont regorge notre pays à Tabarka, Aïn Drahem, Kairouan, Tozeur, etc.

On a, aussi, sponsorisé une émission diffusée sur les ondes d'une radio privée pour faire la promotion des régions tunisiennes. On a également fait appel à des créateurs de contenu tunisiens pour la promotion digitale sur les réseaux sociaux. Mais un travail reste à faire pour adapter l'offre touristique à la demande locale. Il faut une mise à niveau de l'hébergement, du circuit touristique, du transport. Il faut offrir un produit qui convient à la famille tunisienne. Si on prend l'exemple de l'infrastructure, on trouve que les hôtels en Tunisie ne disposent pas de parking alors que les familles tunisiennes se déplacent en voiture. Les établissements hôteliers sont conçus pour recevoir les bus de touristes étrangers. C'est un problème à régler au niveau des parkings. La restauration est un autre élément important pour la famille tunisienne. Elle doit être adaptée au goût des touristes locaux. Il est, aussi, important de diversifier les programmes en incluant des visites aux endroits touristiques de la région. On pense peut-être à décaler les horaires du check-in et du check-out. Il est également question d'améliorer la qualité du service, d'adapter l'infrastructure étant donné qu'il n'y a pas de chambres familiales, de diversifier le mode d'hébergement et de penser à un mode d'hébergement économique qui prend en compte le pouvoir d'achat du Tunisien. C'est dire qu'il est essentiel de tout prévoir pour que le Tunisien se sente satisfait. Il faut également se pencher sur la question du meuble touristique afin d'élaborer et d'appliquer des normes à cette catégorie d'hébergement prisée par les Tunisiens. Le concept des chèques vacances peut aussi s'avérer une solution pour booster la demande.
Donc, il faut une étude approfondie sur le marché local. L'étude est en cours de préparation. Elle va nous permettre de déceler le comportement du marché local et de comprendre ses attentes par rapport à ce qui est offert. On va parler tourisme social. On va essayer de permettre à diverses classes sociales d'accéder au tourisme. C'est le tourisme pour tous.

Où en est-on du plan de relance ?

On travaille sur le plan de relance depuis le mois de janvier 2021 dans une démarche consultative participative. Le ministère a mis en place une commission mixte qui regroupe les différents départements ministériels (du Transport, de l'Environnement, de l'Intérieur, de la Santé, de Finances, de la Culture et de la Jeunesse et du Sport) ainsi que la BCT.
Elle a réalisé plus de 84 réunions de travail rassemblant 256 intervenants institutionnels. Concernant l'output, on prévoit l'organisation d'un événement pour communiquer sur le plan de relance qui a fixé l'objectif de réaliser 20% des fréquentations de 2019 en 2021 et 60% de la fréquentation de l'année 2019 à partir de 2022 avec la perspective d'un retour à la normale en 2024, 2025. Le redémarrage sera envisageable à partir de 2022, avec un engagement d'investir dans la diversification de l'offre et l'adaptation aux nouvelles exigences de la demande touristique.

Mais ces scénarios demeurent tributaires de la situation épidémique, de l'assouplissement des conditions d'entrée et de l'ouverture des frontières avec l'Algérie qui est un marché stratégique. Bien sûr, il faut décaisser les fonds nécessaires pour mettre en œuvre le plan en question.
Dans le cadre de la relance, on travaille sur plusieurs axes. Le premier c'est la sécurité sanitaire. Pour la reprise immédiate il fallait garantir la sécurisation sanitaire des sites avec la mise en place d'un protocole sanitaire et l'accélération de la vaccination. Le protocole sanitaire a été adopté et actualisé tandis que la vaccination se déroule désormais à un rythme accéléré. On a dépassé les 90% de taux de vaccination du personnel du secteur. Le deuxième objectif est de préserver le tissu économique et social à travers des mesures de soutien financier et d'aide sociale. Des crédits covid ont été décaissés, à cet effet. Il faut penser à proroger les délais d'exécution de ces mesures jusqu'à fin 2022 et faciliter l'accès aux dispositifs sociaux et fiscaux engagés. Aussi, les professionnels demandent des crédits de fonds de roulement plus accessibles et un allégement de certaines charges. Le transport, la communication et la diversification de l'offre sont également des axes sur lesquels on est en train de travailler pour préparer la relance

> En 2019, le marché local représente 21 % de l'activité touristique. Ce taux a connu une nette augmentation en 2020 pour s'établir à 52%. Au niveau mondial, la part du marché intérieur se situe aux alentours de 50%. Le marché intérieur est un marché très important. Mais il faut stimuler davantage la demande locale et améliorer l'offre destinée aux touristes tunisiens.

A quand les réformes dans le secteur du tourisme?

Les orientations stratégiques du tourisme tunisien ont été fixées depuis 2010. Ils font l'objet de réajustement selon l'évolution de la demande. La gouvernance, les interactions avec l'environnement, la diversification, la digitalisation, la durabilité, la qualité, la formation, et le marché intérieur sont toutes des orientations stratégiques pour développer le tourisme tunisien sur lesquelles on travaille depuis 2010. Il y a certains projets qui avancent comme celui des normes de classement et ceux qui n'avancent pas. Il faut des démarches participatives qui garantissent l'adhésion de tous les intervenants à ce processus de réforme.

Propos recueillis par Marwa SAIDI

UNE OPTION STRATÉGIQUE

L'activité touristique a réalisé, au cours de l'année 2019 et jusqu'au mois de février 2020, des indicateurs positifs et des signes encourageants. En effet, le nombre d'arrivées a atteint 1.055.403 touristes, moyennant une évolution de 10%, ainsi que les recettes touristiques en devises qui ont atteint 723,4 MD en 2020, soit une augmentation de 28% par rapport à la même période de 2019. Toutefois, la crise, dont le monde a été témoin en raison des répercussions de la propagation de la pandémie du covid-19, a conduit 96% des pays du monde à prendre l'initiative d'appliquer des restrictions de voyages pendant la période comprise entre janvier et mars 2020 dans le cadre de leurs efforts pour contrecarrer cette épidémie.

Selon le rapport de l'Organisation mondiale du tourisme, le secteur du tourisme est l'un des secteurs les plus touchés par l'épidémie. « Ses répercussions ont touché à la fois l'offre et la demande de voyage qui ont fait face à des perturbations sans précédent au vu de l'arrêt de l'activité économique mondiale et des tensions géopolitiques, sociales et commerciales ». Des résultats mitigés ont été enregistrés au niveau des principaux marchés exportateurs de touristes.

Une crise sans précédent

À la lumière de ces changements mondiaux, l'activité touristique en Tunisie et toutes les activités connexes telles que l'hôtellerie, la restauration, les agences de voyages et le transport terrestre et maritime font face depuis mars 2020 à une crise sans précédent dans son histoire. Un arrêt complet a été enregistré des arrivées des touristes, à partir de mi-mars, moyennant une baisse de 100% pour tous les marchés touristiques. Se basant sur le taux de croissance enregistré en matière de recettes touristiques pendant les mois de janvier et février 2020, les recettes totales pour l'année 2020 ont atteint 7,2 milliards de dinars, soit des pertes de l'ordre de 6 milliards de dinars. Dans le même contexte, le déclin du secteur du tourisme a continué d'une manière sans précédent jusqu'à la fin juin 2020, après avoir enregistré des résultats positifs au cours des mois de janvier et février (+ 9,8% au niveau du nombre des arrivées et 27,6% des recettes touristiques).
Les résultats négatifs enregistrés durant l'année 2020 sont considérés comme les pires de l'histoire du secteur touristique tunisien. Ainsi, le nombre des nuitées passées par les résidents jusqu'au 10 juin a diminué de 70,5% pour passer de 1.774.971 nuitées en 2019 à moins de la moitié (681.600), soit une diminution de 1.093.371 nuitées.
Pour ce qui est du secteur de l'artisanat, il traverse, depuis l'entrée en vigueur des mesures du confinement général, une crise due à l'arrêt de l'approvisionnement en matières premières et de la production, ainsi que de la promotion au niveau du marché intérieur et d'exportation, ce qui a fait que de nombreuses activités sont menacées de faillite et de disparition.

Priorités

Dans le cadre du sous-programme «Pilotage du secteur touristique », conçu par le ministère du Tourisme et de l'Artisanat, des priorités ont été fixées visant le développement du secteur. Priorités visant à renforcer le système de sécurité dans les zones touristiques et au sein des unités hôtelières, protéger et améliorer l'environnement touristique dans les régions et les zones touristiques, enrichir le produit conformément aux aspirations des touristes du XXIe siècle à travers la diversification de l'offre (écotourisme, tourisme culturel et tourisme saharien, golf, tourisme de conférence, thérapie à l'eau de mer et tourisme médical...), instaurer un partenariat efficace entre le secteur public et privé dans le domaine de l'investissement pour financer des projets touristiques. Cela, outre la mise en place d'un plan pour promouvoir la qualité du produit touristique et améliorer les services rendus aux clients.

Promouvoir le tourisme intérieur

Le tourisme intérieur est considéré comme une option stratégique dans le cadre des orientations de l'Etat pour promouvoir le secteur du tourisme et à améliorer sa compétitivité. Ce type de tourisme représente, ces dernières années, entre 20 et 30% du total des nuitées passées. Il contribue sans cesse à la dynamisation du flux touristique tout au long de l'année, la prolongation de la saison touristique et l'amélioration du rendement du secteur. Au vu de la crise sanitaire, le ministère de tutelle a lancé des campagnes promotionnelles privées depuis mars 2020 destinées au touriste tunisien à travers les réseaux sociaux pour l'inciter à passer ses vacances dans les établissements hôteliers tunisiens. Une marque a également été créée sous le nom de «La Tunisie est une destination prête et sûre», à laquelle plusieurs hôtels tunisiens se sont inscrits.
Actuellement, ce département envisage de créer un mécanisme destiné aux touristes tunisiens en coordination avec les amicales, les professionnels.., tels que les prêts de loisir (chèques vacances) avec une période de remboursement de 3 mois, qui est un outil adopté dans plusieurs pays du monde. Le ministère travaillera à moyen et long termes pour mettre en œuvre un ensemble de procédures réparties visant à intensifier les campagnes publicitaires ciblant le marché intérieur pour attirer davantage les touristes tunisiens, créer un outil pour accroître les ventes comme celui adopté sur les marchés européens, exploiter les supports modernes de la communication et des médias sociaux et promouvoir le tourisme médical et de conférence.

N. HIZAOUI

ZOOM

PROCHAIN GOUVERNEMENT

LE REDRESSEMENT DES INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES SERAIT DE BON ALOI

Prochainement, la cheffe du gouvernement Najla Bouden et sa nouvelle équipe vont prendre les rênes du pays. Il n'y aura cependant pas de round d'observation. Car les urgences et les priorités du pays sont d'ores et déjà connues et identifiées.
Le prochain gouvernement devra porter en bandoulière le pragmatisme et l'efficacité afin de relever les nombreux défis socioéconomiques auxquels la Tunisie est confrontée. Ce qui les attend est loin d'être du velours, compte tenu de tous les retards et erreurs cumulés pendant une dizaine d'années. L'heure est plus que jamais au changement.
L'enthousiasme et l'espoir des Tunisiens sont énormes mais leurs aspirations le sont aussi parce qu'après une dizaine d'années de frustrations et de déceptions, de mise en stand by de chantiers structurants majeurs de notre pays, ils sont avides de changement radical, de renouveau et d'un nouvel air.
Aujourd'hui, nous espérons avoir un gouvernement capable de faire face aux défis internes et externes qui nous guettent. Nous avons besoin, pour l'étape que nous entamons, d'une équipe gouvernementale avertie et aguerrie, une équipe dirigeante à même de s'adapter aux nouvelles réalités socioéconomiques et géopolitiques. C'est une étape charnière qui exige un exécutif porteur d'une vision prospective, basée sur des objectifs bien définis, inclusifs, un gouvernement qui opère le changement dans un nouvel horizon qui s'ouvre, après dix ans de léthargie et surtout qui tienne ses engagements. Un gouvernement qui puisse esquisser de nouvelles orientations visant le développement économique et social du pays, l'accélération de la concrétisation des réformes structurelles en suspens, avec comme priorité absolue le bouclage de la loi de finances 2021 et le lancement du PLF pour l'exercice 2022.
Certes, il n'y a pas une dynamique de reprise soutenue, mais l'économie nationale doit impérativement retrouver peu à peu des couleurs. Le redressement progressif des principaux indicateurs macroéconomiques serait de bon aloi, dans un contexte marqué toujours par les répercussions néfastes des crises socioéconomiques successives, et la crise sanitaire, qui empêchent encore l'économie nationale de tourner à plein régime.

Najoua HIZAOUI

HIGH-TECH

FACEBOOK, INSTAGRAM, WHATSAPP ET MESSENGER, VICTIMES D'UNE PANNE INÉDITE

Victimes d'une panne inédite, les réseaux sociaux et les messageries de la maison mère Facebook étaient inaccessibles pendant plusieurs heures durant la journée du 4 octobre 2021. Le géant américain Facebook a déjà été victime d'une panne similaire plus courte, en mars. Dans un tweet, Facebook s'est dit «au courant» que ses utilisateurs rencontraient des «difficultés» à accéder à ses applications. Le géant a présenté ses «excuses» et a affirmé œuvrer à «un retour à la normale le plus rapidement possible», sans préciser les raisons de la panne. Selon certains spécialistes, la panne pourrait être un problème de DNS (Domain Name System), qui est un service qui permet de traduire une adresse internet en adresse IP. Selon le Wall Street Journal, la panne proviendrait d'un changement effectué ce lundi dans les informations de routage du réseau, qui aurait affecté les serveurs DNS de la société mère, rendant les domaines des sites indisponibles.
Le lanceur d'alerte Edward Snowden s'est réjoui sur son compte Twitter de ce dysfonctionnement qui a touché le site et les applications du géant californien : «Facebook et Instagram disparaissent mystérieusement et, le temps d'une belle journée, le monde devient plus sain.» A Wall Street, le cours de Facebook accélérait ses pertes et chutait de près de 6%. Selon une journaliste au *New York Times*, Sheera Frenkel, des employés de Facebook mobilisés pour résoudre la panne étaient «incapables d'entrer dans les bâtiments», leurs badges ne fonctionnant pas pour accéder aux bâtiments.

FLAT6LABS ANNONCE LA DEUXIÈME CLÔTURE DE SON FONDS D'AMORÇAGE EN TUNISIE AVEC LA PARTICIPATION DE SAWARI VENTURES

La société régionale d'amorçage et de capital-risque Fat6labs a annoncé le 27 septembre dernier, la deuxième clôture et l'augmentation de son Anava Seed Fund (ASF) basé en Tunisie de 3 à 10 millions de dollars. L'incubateur compte étendre sa portée sur l'Afrique du Nord grâce à divers programmes de démarrage. Cette augmentation de fonds intervient à la suite d'une deuxième clôture récente du fonds Flat6labs Accelerator Company (FAC), basé en Égypte, à 13 millions de dollars en mai 2021. Un fonds qui a vu le jour pour soutenir les startup égyptiennes en phase de démarrage.
L'Anava Seed Fund a été lancé en 2017, en partenariat avec le Tunisian American Enterprise Fund, la Biat Bank et Meninx Holding, pour investir dans 75 startup tunisiennes sur une période de cinq ans. Sawari Ventures est le dernier investisseur qui s'est ajouté au peloton d'investisseurs qui ont mis le paquet sur le fonds Anava Seed Fund, avec un montant d'investissement de 1,6 million de dollars. «Nous sommes très fiers de notre investissement dans Anava Seed Fund car nous avons suivi de près leurs progrès et sommes plus que convaincus que la Tunisie compte des entrepreneurs talentueux travaillant sur des start up prometteuses», a déclaré Wael Amin, Managing Partner chez Sawari Ventures. Au cours des 4 dernières années, l'Anava Seed Fund a investi avec succès dans plus de 50 startup en Tunisie opérant dans 22 secteurs différents, notamment le Fintech, l'Education, l'Agri-tech, les Services de livraison, le Retail-Tech, le Health tech et l'Aéronautique. Ces startup ont réussi à créer plus de 500 emplois rémunérés, dont 61 % sont occupés par des talents féminins.Ramez El-Serafy, PDG de Flat6labs, a déclaré à cette occasion : «Nous sommes très enthousiasmés par notre dernière deuxième clôture pour Anava Seed Fund, basé en Tunisie, nous pensons que les marchés nord-africains recèlent un potentiel inexploité et des opportunités commerciales uniques. Je suis heureux de voir que de plus en plus d'investisseurs partagent notre enthousiasme envers ce marché en croissance rapide en augmentant leurs engagements à la fois dans FAC Egypt Fund et Anava Seed Fund. Nous sommes impatients d'étendre encore plus notre impact en Afrique du Nord avec le soutien de nos investisseurs et partenaires».

LA RECONNAISSANCE FACIALE COMME MODE DE PAIEMENT DANS LES MÉTROS DE MOSCOU

Le métro de Moscou a mené récemment une démonstration du paiement par reconnaissance faciale avant son lancement le 15 octobre. «Les passagers ne devront avoir sur eux ni leur téléphone, ni leur carte de métro, aucun billet. Ils n'auront qu'à mettre leurs informations, leur photo et leurs données bancaires dans l'application», a expliqué la vice-cheffe du service de presse du département des transports de la ville, Anna Lapouchkina. Le paiement par reconnaissance permettra de réduire les temps d'attente car il est «trois fois plus rapide» que les méthodes traditionnelles, a-t-elle affirmé lors d'une conférence de presse. Actuellement testé avec des volontaires et les employés du métro, le service sera ouvert à tous à partir du 15 octobre, et ce, sur l'ensemble des 241 stations de ce gigantesque réseau inauguré dans les années 1930, sous Staline. La reconnaissance faciale est une technologie qui se développe rapidement en Russie. Depuis le début de la pandémie du covid-19, elle a été utilisée par la ville de Moscou pour contrôler le respect du confinement et des quarantaines.

M. SAIDI

ITCEQ — TABLEAU DE BORD CONJONCTUREL (SEPTEMBRE 2021)

CONTRACTION DU DÉFICIT BUDGÉTAIRE

L'Institut tunisien de la compétitivité et des études quantitatives vient de publier le tableau de bord conjoncturel où il dresse le bilan économique du troisième trimestre 2021.En effet, comparé au premier trimestre 2021, le Produit intérieur brut (PIB) a baissé de 2.0% en raison de la forte baisse de la valeur ajoutée pour les activités des services d'hôtellerie, de café et de restauration (-35.2%), de celle des services du transport et entreposage (- 20.9%) et du secteur de la construction (-17.1%).

Il est à signaler que certains secteurs ont enregistré une reprise à l'instar du secteur de l'extraction minière (+33.6%) et du raffinage de pétrole (+29.4%) et également les industries manufacturières. En revanche et en termes de glissement annuel, le PIB a progressé de 16.2% au deuxième trimestre 2021 en raison de l'impact du covid et des mesures de confinement

PRODUCTION MINIÈRE EN BAISSE

Selon la Compagnie des phosphates de Gafsa, la production réalisée pour les 7 premiers mois 2021 est en baisse de 36% par rapport aux objectifs ciblés soit 1700 millions de tonnes contre 2 656.25 millions de tonnes.
Comparées aux 6 premiers mois 2020, les ressources d'énergie primaire ont enregistré un accroissement de 35.4%, il en est de même pour la demande d'énergie primaire qui a augmenté de 10.4%. Quant au déficit du bilan d'énergie primaire, il a baissé de 11%.
En juin 2021 et par rapport au mois de mai 2021, l'indice de production industrielle a enregistré une légère progression de 0.3%, la majorité des secteurs ont vu leur production augmenter à l'exception du secteur de l'énergie qui est en diminution (5.6% après -4.2% en mai). En effet, la cadence de la production industrielle reprend dans le secteur des IME (+2.5% après -2.5%), le secteur des THC a enregistré un rebondissement (+21.1% après -17.0%), celui des mines (+9.1% après 6.8%) et des IAA (+0.7% après -2.5%).

DÉFICIT COMMERCIAL ALLÉGÉ

Concernant le secteur du commerce extérieur, le mois d'août, a enregistré une amélioration des échanges commerciaux, les importations et les exportations ont augmenté respectivement de 3.7% et de 8.7%, ce qui a allégé le déficit commercial pour s'établir à 1275.4 MD contre 1409.3 MD en juillet.
La hausse des exportations de 8.7% résulte en grande partie de la hausse des exportations des IME, des THC et des mines.
Quant aux importations, elles ont progressé de 3.7% pour s'établir à 5251.4 MD en raison de l'accroissement des importations des produits énergétiques (+95.2%), des matières premières et demi-produits (+7.9%) et des biens de consommation (+3.3%).
Au cours des huit premiers mois 2021, les exportations et les importations se sont accrues respectivement de 23.5% et de 20.8% par rapport à la même période 2020.
Pour les matières premières, le cours du Brent au mois d'août est de 70.02$ contre 74.39$ en juillet, enregistrant ainsi une baisse de 5.9% après quatre mois de hausse.
En termes de variation mensuelle (août 2021/ juillet 2021) et après deux mois de baisse consécutifs, le prix d'une tonne métrique de blé enregistre une hausse de 31.25$ (soit 12.8%), alors que celui du maïs est en baisse de 21.82$ (soit -7.8%). De même, le prix moyen d'une tonne métrique d'huile d'olive extra vierge est en baisse de 0.4% au cours de la même période.

UNE BAISSE DE 5,5% DES IDE

Pour les 7 premiers mois de l'année 2021, le montant des intentions des investissements industriels est en baisse de 14.6% en passant de 1 766.7MD en juillet 2020 à 1 509.3MD, celui des services s'est accru de 12%. Le montant des approbations des investissements agricoles s'est accru de 31.2 % entre les 7 premiers mois de l'année 2021 et ceux de l'année précédente.
Le montant des IDE, au cours du premier semestre de l'année 2021, est en baisse de 5.5% par rapport au premier semestre de l'année 2020. Les services ont été les seuls à voir leurs montants des IDE croître de 55%.
Le taux de chômage est passé de 17.8 % pour le premier trimestre 2021 à 17.9% au second trimestre 2021, enregistrant une légère augmentation de 0.1 point, vu que le nombre de chômeurs estimé pour le deuxième trimestre 2021 est de 746.4 mille du total de la population active, contre 742.8 mille chômeurs pour le premier trimestre. Il est à signaler que ce taux de chômage de 17.9% n'a été que de 15.4% pour le second trimestre 2019 (taux d'avant pandémie).

REPLI DU TAUX D'INFLATION

Le taux d'inflation est marqué par un repli, passant de 6.4% en juillet à 6.2% pour le mois d'août 2021 en raison du ralentissement du rythme des augmentations des prix des produits alimentaires (7.4% contre 8% en juillet) et des boissons alcoolisées et tabac (19.1% contre 26.1% en juillet).
Concernant les services, leurs prix ont augmenté de 4.3% sur un an en raison de la hausse des prix des services des restaurants, cafés et hôtels de 6.9%, des services de santé de 5.9% et des loyers de 4.6%.
Par ailleurs, à fin juillet 2021, une contraction du solde de la balance des opérations courantes a été enregistrée atteignant un montant de 4 338 MD contre 4 663 MD une année auparavant. Cela résulte en grande partie de la consolidation des revenus du travail.
D'un autre côté, le remboursement à échéance de deux emprunts contractés sur le marché financier international pour un milliard de dollars américains explique la baisse observée au niveau des avoirs nets en devises qui ont atteint 20 151.2 MD en août 2021, soit l'équivalent de 126 jours d'importation contre 21 812 MD une année auparavant (l'équivalent de 144 jours d'importation).
En moyenne et au cours du mois d'août, le dinar tunisien s'est apprécié face au dollar pour coûter 2.788 DT contre 2.799 DT en juillet. Vis-à-vis de l'euro, c'est une dépréciation, il vaut 3.302 DT contre 3.290 DT le mois précédent.

L'ENTREPRISE AUTREMENT

DES MÉTHODES À REVOIR (V)

Par Foued ALLANI

Le peuple tunisien se retrouve, encore une fois, obligé de subir les conséquences fâcheuses des conflits politiques, sur l'ensemble des aspects de la vie surtout sur ceux à caractères économiques et sociaux. Il est victime de cette situation, même si une bonne partie d'entre lui n'en n'est pas consciente, baignant comme elle l'est dans le grand flou qui règne dans le pays à tous les niveaux, depuis un peu plus de deux mois. Flou qui a ouvert, ces derniers jours, la porte sur l'inconnu. Il était déjà désorienté depuis quelques années, ne sachant plus quoi faire, encore une fois à cause des conflits politiques et sociaux à répétition. Conflits qui ne laissaient aucune chance de relance à une économie en régression et à des finances dont l'état laisse présager d'énormes difficultés pour ne pas dire la faillite. Celle-ci frappe aujourd'hui à notre porte.
Nous avions déjà dit, sur ces mêmes colonnes, que l'ambiance électrique puis explosive, qui règne sur le pays depuis 2020, ressemble à celle qui sévissait en 2013, après l'assassinat du leader Chokri Belaïd puis celle du leader Mohamed Brahmi. Et la rue pourrait redevenir, dans les jours qui viennent, la scène d'une violence qui pourrait mal tourner.
Dans les instructions qu'il a données lundi à la cheffe de son gouvernement, Saïed a encore une fois soutenu un discours conflictuel, répondant du tac au tac comme d'habitude à ses détracteurs mettant aussi tout le monde dans un même sac celui de la corruption et de l'allégeance à l'étranger. Ce sont des récurrences qui prouvent sans équivoque qu'il a une idée fixe, damer le pion à ses ennemis et essayer de démontrer qu'il a fait les bons choix. Idée qui est intimement liée à celle qui lui est très chère, imposer son modèle politique, celui des instances représentatives locales, croyant que son élection, grâce à une large majorité, était une sorte de carte blanche pour son projet, alors qu'elle n'était qu'un vote sanction contre son adversaire.
Faisant fi de toutes les vérités politiques, il s'est appuyé lors de cette même allocution sur des estimations pouvant illustrer le poids des manifestations en sa faveur, (1 million 800 mille personnes) nous renvoyant du coup à la culture tribale ou des ultras du foot, et ce, au lieu de jouer, en toute logique, le rôle de fédérateur.
Nous sommes donc, depuis début 2020, dans une arène politique créée, de toutes pièces, par Saïed qui n'a pas assimilé son rôle tel que bien explicité et expliqué par la Constitution qu'il a juré de respecter (surtout les articles 71 et 72) et qui a toujours refusé toute forme de dialogue.
Arène qui a coûté cher au pays, car il est directement responsable, non seulement responsable du mauvais choix qu'il a fait pour les deux chefs de gouvernement précédents (Fakhfakh, puis Mechichi) mais aussi de bien de problèmes internes survenus au sein de chacun des deux gouvernements cités.
Situation qui a fini par mobiliser contre lui une bonne partie d'un Parlement, lui-même devenu une arène à cause d'une composition en mosaïque avec des partis qui, eux-mêmes, n'ont rien à voir avec la démocratie, ni même avec la politique, puisqu'ils croient encore à la violence sous toutes ses formes, alors que la politique est par définition est une course pour le pouvoir qui doit bannir toute violence.
Concernant la situation du Parlement et même pour ce qui est de la lutte contre la corruption et l'impunité, Saïed aurait pu se baser sur son statut de président du Conseil de la Sécurité nationale, pour y mettre de l'ordre et assainir tout le pays sans le recours à l'article 80 qui, lui, est un vrai mode d'emploi ne pouvant supporter aucune interprétation.
Elu comme déjà dit grâce au vote sanction contre son adversaire, Saïed est, rappelons-le, tenu malgré tout de respecter la Constitution. En s'adjugeant tous les pouvoirs, depuis le 25 juillet dernier et en s'érigeant maître absolu du pays et de son devenir politique et autres, en publiant son fameux décret n°117 du 22 septembre dernier, Saïed nous plonge, en effet, dans l'inconnu.
Plus besoin d'un chef de gouvernement comme nous l'avons déjà dit dans des chroniques précédentes, puisqu'il a choisi le régime présidentialiste. Une véritable contradiction de fond qui dénote de ce qui va survenir plus tard.
Najla Bouden, nommée à ce poste depuis quelques jours et choisie, non pour ses compétences pour ledit poste mais apparemment pour des considérations de tactique politicienne, n'a, chose curieuse, encore livré aucune déclaration aux médias se contentant, à chaque rencontre avec son chef, d'écouter religieusement les instructions de celui-ci.
Le même texte dicte que le gouvernement (de Saïed) «est tenu d'exécuter la politique générale de l'Etat selon les orientations et les choix fixés par le Président de la République». Chose très grave, car Saïed a été élu pour jouer le rôle de président de la République qui n'a un droit de regard direct que sur la Défense et les Affaires étrangères.
Les autres domaines, étant de la compétence du gouvernement qui, lui, est censé représenter les partis ayant remporté les législatives, donc théoriquement sur la base de programmes économiques, sociaux et autres.
D'où tirera-t-il donc la légitimité de ses choix dans les domaines de l'économique, du social, éducationnel, culturel, et autres ? Quelles politiques va-t-il adopter dans lesdits domaines alors qu'il n'en n'a pas, et ce, selon son propre aveu ? Attendons voir !

KIOSQUE INTERNATIONAL

LES INVESTISSEMENTS CHINOIS EN AFRIQUE CONNAISSENT UNE CROISSANCE STABLE

Les investissements de la Chine en Afrique ont enregistré une croissance stable malgré la récession économique et commerciale mondiale causée par la pandémie du covid-19, selon un rapport officiel. Les investissements chinois en Afrique se sont établis à 2,96 milliards de dollars en 2020, soit une hausse annuelle de 9,5%, indique le rapport annuel sur les relations économiques et commerciales Chine-Afrique (2021). Selon la même source, ces investissements comprennent 2,66 milliards de dollars d'investissements directs non financiers. L'année dernière, les investissements dans les sous-secteurs, tels que les services de recherche scientifique et de technologie, les transports, l'entreposage et les services postaux ont plus que doublé.
Au cours des sept premiers mois de 2021, les investissements directs de la Chine en Afrique ont atteint 2,07 milliards de dollars, dépassant le niveau pré-pandémie de la même période en 2019.

BREXIT : FEU VERT DU CONSEIL DE L'UE À UN FONDS DE SOUTIEN AUX ETATS MEMBRES

Le Conseil de l'Union européenne (UE) a donné récemment son approbation définitive à la "réserve d'ajustement au Brexit", un fonds destiné à aider les Etats membres de l'UE à faire face aux effets négatifs de la sortie du Royaume-Uni de l'Union avec une enveloppe de 5 milliards d'euros. Selon un communiqué du Conseil de l'UE, ce fonds soutiendra les régions, les secteurs et les communautés les plus durement touchés afin de leur permettre de couvrir des coûts supplémentaires, de compenser des pertes ou de pallier d'autres effets économiques et sociaux défavorables résultant directement du retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne.
"Des financements indispensables seront bientôt mis à la disposition des régions et des entreprises européennes les plus touchées, en particulier les PME et leurs travailleurs. Notre objectif est d'aider les plus vulnérables à traverser une difficile période d'ajustement aux conséquences du Brexit. Cela témoigne de la solidarité de tous les Etats membres avec les régions les plus touchées", a déclaré Zvonko Cernac, ministre slovène du développement et de la politique de cohésion de l'UE, dont le pays assure la présidence tournante du Conseil de l'UE.

PARIS EST LA CAPITALE EUROPÉENNE QUI A LE PLUS PROFITÉ DU BREXIT

La réserve, un instrument d'urgence "spécial et ponctuel", soutiendra les entreprises publiques et privées confrontées à une perturbation des flux commerciaux, y compris en ce qui concerne les nouveaux coûts engendrés par les contrôles douaniers et les procédures administratives.
"Étant donné que le retrait du Royaume-Uni de l'UE a donné lieu à une situation sans précédent, les Etats membres disposeront de la flexibilité nécessaire pour décider des meilleures mesures à prendre afin de pallier diverses conséquences négatives", précise le Conseil.
Le Conseil de l'UE a décidé d'allouer d'avance à titre provisoire toutes les ressources de la réserve, qui, en prix courants, s'élèvent à 5,4 milliards d'euros compte tenu de l'incidence négative du Brexit sur chaque État membre.
Au titre de ce fonds, le montant le plus élevé (4,5 milliards d'euros) sera réparti en fonction de l'importance des échanges avec le Royaume-Uni, tandis que 656 millions d'euros seront alloués selon l'importance de la pêche dans la zone économique exclusive du Royaume-Uni.
Par ailleurs, 273 millions d'euros seront accordés en fonction de l'importance des relations de voisinage pour les régions frontalières maritimes au Royaume-Uni.

HAUSSE DES PRIX DU GAZ: LE GEFC POUR DES CONTRATS À LONG TERME AVEC DES PRIX INDEXÉS SUR LE PÉTROLE

Dans une publication sur son site web intitulée « Prix du gaz sans précédent: la sécurité d'approvisionnement mondiale en danger», l'Organisation Gecf a précisé que «la coalition de 18 membres, représentant ensemble la plus grande part des réserves prouvées de la production et du commerce de gaz naturel dans le monde, maintient l'adhésion à l'esprit de la Déclaration de Malabo 2019, adoptée lors du 5e Sommet Gecf de chefs d'Etat et de gouvernement».
Elle a cité, en effet, l'Algérie, la Russie et d'autres pays membres du Gecf qui continuent de s'appuyer sur des contrats à long terme avec des prix indexés sur le pétrole. «C'est certainement une façon d'assurer un approvisionnement constant en gaz dans toutes les régions du monde et d'éviter une future crise du gaz», a soutenu le Forum.
Concernant la hausse des prix du gaz sur le marché européen qui a franchi récemment, pour la première fois, la barre des 1.000 dollars pour les 1.000 mètres cubes, elle a indiqué que plusieurs facteurs perpétuent la flambée sans précédent sur le continent européen, à savoir la demande croissante de gaz dans le contexte de la reprise du covid-19, les inquiétudes concernant les approvisionnements hivernaux à venir et les gains sur d'autres marchés de l'énergie.
«Actuellement, les marchés mondiaux bouillonnent d'inquiétudes concernant la flambée des prix du gaz naturel en hiver. Des températures plus froides que la moyenne pourraient déclencher une volatilité extrême des prix du gaz naturel au cours de l'hiver à venir en Europe», a-t-elle souligné.
Pour le Gecf, toute nouvelle hausse des prix se répercutera sur les coûts des services publics, qui pèsent déjà lourdement sur les consommateurs européens confrontés à de multiples défis liés à la pandémie, car le gaz est largement utilisé pour le chauffage et la cuisine domestique, ainsi que pour la production d'électricité.
«En 2021 et jusqu'à présent, l'industrie du gaz a connu une reprise significative des prix au comptant, soutenue par plusieurs facteurs, notamment un hiver extrêmement froid, un été plus chaud que d'habitude et des contraintes d'approvisionnement croissantes dans l'économie mondiale», note le Gecf.

N. HIZAOUI