

Kantaoui : le «petit coin de Tunisie» où rien n'a changé ?

14 mai 2011 : l'animation de la station est à peu près la même que les années précédentes, en cette saison ordinairement creuse. C'est le miracle de Port-el-Kantaoui. Le « Port-jardin de la Méditerranée » a été conçu pour recevoir aisément 20000 personnes, mais il n'apparaît pas désert lorsque qu'elles ne sont que quelques centaines.

Il y a un peu plus de Tunisiens et de Libyens que d'habitude, c'est tout.

Les touristes sont là. Peu nombreux, mais visiblement tous des habitués.

Kantaoui fonctionne depuis longtemps avec ses propres réseaux. Ici, les Tour-opérateurs ne sont pas rois.

Et la promotion de la station se fait bien plus par le bouche-à-oreille que par les campagnes de marketing.

Kantaoui est tranquille.

On y raconte même que le couvre-feu de janvier n'est pas venu jusqu'ici.

Un monde à part, où les «clients» sont avant tout des habitués qui se sentent chez eux et qui ont leurs propres sources d'information.

Kantaoui est tranquille et ils le savent.

Donc ils sont revenus. Ils n'ont simplement rien changé à leurs habitudes.

Les portraits du président déchu ont été remplacés par des drapeaux tunisiens.

Au «Tourist Center», on peut acheter «Dégage», le livre-témoignage co-édité en Tunisie et en France. Il se vend très bien, nous a-t-on dit. Notamment auprès des touristes français, bien sûr, puisque l'ouvrage est rédigé dans leur langue.

Mais à part cela, aucune trace visible de ces événements qui ont marqué l'histoire quatre mois plus tôt.

On trouve même encore, sur les présentoirs de certaines boutiques, ces ouvrages qui prétendent décrire la Tunisie et dont la préface inclut immanquablement l'éloge du *Changement* du 7 novembre 1987 et de *son excellence le Président Zine etc.* qui, peut-on y lire, aurait renforcé la démocratisation du pays [sic] !

Donc, globalement, les étalages proposent exactement les mêmes produits qu'auparavant. Comme si la station était un monde à part, un petit coin de Tunisie où rien ne change...

Pourtant, Kantaoui pourrait être un relais exceptionnel pour faire remonter vers l'Europe des témoignages directs qui nourriront un renouveau de ce bouche-à-oreille qui fonctionne si bien ici.

Des témoignages qui raconteraient tellement mieux la vie quotidienne des Tunisiens que ces journaux télévisés qui nourrissent leur audimat qu'avec des événements spectaculaires et oublie toujours de parler de ce qui va bien.

Des échanges existent. On peut les observer sur les bancs publics ou les terrasses des cafés où s'engagent des discussions entre visiteurs tunisiens et étrangers. Ils contribuent certainement à rassurer les touristes et à casser ce sentiment d'insécurité que véhiculent les informations morcelées auxquelles on accède en Europe.

Mais ils pourraient être enrichis et encouragés par quelques signes qui rappelleraient que, même à Kantaoui, on est bien dans la Tunisie réelle. Celle qui a bougé d'une façon spectaculaire, il y a quelques mois, et qui construit maintenant son avenir démocratique.

Quelques pistes mériteraient d'être explorées dès maintenant, afin de ne pas décevoir les touristes qui viendront cet été et qui, même s'ils sont peu nombreux, contribueraient à en convaincre d'autres :

- Mobiliser les élèves des écoles d'art, les artistes, les photographes, etc. pour présenter des expositions à Kantaoui. Ils ont montré qu'ils savaient le faire, et ils sauront sûrement adapter leur message à ce public-là.
- Enrichir l'offre éditoriale afin que les touristes de cet été aient accès à un choix plus large, de la simple carte postale aux ouvrages documentés, en passant par des brochures de toutes dimensions. Les Tunisiens écrivent beaucoup depuis quelque temps. La matière est là. Il ne reste qu'à la mettre en forme.
- Envoyer des élèves ou des chercheurs en sciences sociales pour rencontrer les touristes qui sont déjà là et tenter de mieux comprendre quelles sont leurs attentes. Il faudrait trouver les moyens de leur donner l'information à laquelle ils aspireront sans doute, sans perturber la tranquillité à laquelle ils ont droit.

L'objectif serait de préparer l'été prochain, afin que les touristes, même moins nombreux que d'habitude, rentrent avec l'envie de faire savoir que la Tunisie d'aujourd'hui mérite une visite.

Et puis, il faudrait « occuper le terrain » pour ne pas laisser le champ libre aux «business» qui n'hésitent pas, eux, à communiquer avec les touristes, mais ne diffusent pas l'image la plus intéressante ni la plus efficace pour une relance du tourisme dans les années suivantes.

Tunis, 16 mai 2011, Roland Vidal