

Affaires**Développement**

La Martinique : le comité du tourisme se met à l'incentive

Phase de reconquête, acte II. Après avoir jugulé la baisse de la fréquentation des touristes loisirs vers l'île, le Comité martiniquais du tourisme (CMT) veut faire de la destination un lieu important du tourisme d'affaires, d'incentives et de congrès. Un bureau d'affaires a ainsi été créé en avril afin de vendre la destination auprès des prescripteurs, des salons spécialisés et des entreprises. Le marché et les infrastructures existent déjà. L'an dernier, cette clientèle représentait 9,6 % du nombre total de touristes, soit 46 000 personnes (+ 30 % par rapport à 2004). Dans ce secteur, l'activité la plus porteuse semble être celle des congrès, qui génère près de 30 % du CA global du tourisme d'affaires en Martinique. Plus de 15 000 congressistes, dont 48 % de Français et 40 % venant des Caraïbes, ont séjourné sur l'île pour près de 89 000 nuitées. C'est particulièrement ce seg-

ment que le CMT veut sensibiliser en participant aux salons professionnels comme Imex, EIBTM ou Bedouk, en créant des éductours et des partenariats



Madeline de Grandmaison, directrice du Comité martiniquais du tourisme, mise sur le voyage d'affaires.

avec Maison de la France ou France Congrès, et en lançant une campagne de pub. La Martinique veut élargir sa clientèle à la Belgique, l'Italie, l'Allemagne, le Portugal, l'Amérique du Nord (aidé en cela par un nouveau vol Atlanta/Fort-de-France opéré par Delta).

CN