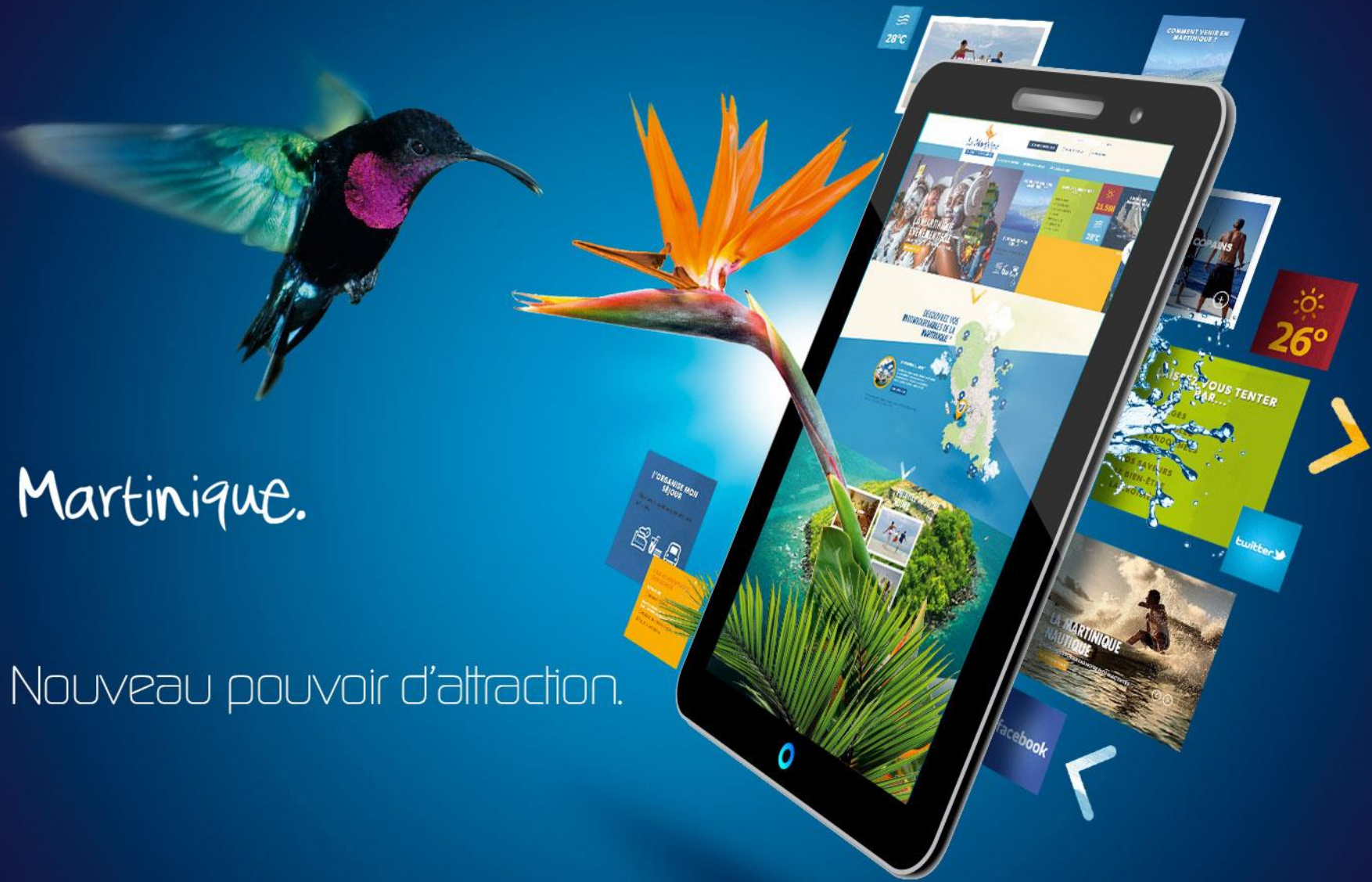


Martinique.

Nouveau pouvoir d'attraction.



FREQUENTATION TOURISTIQUE

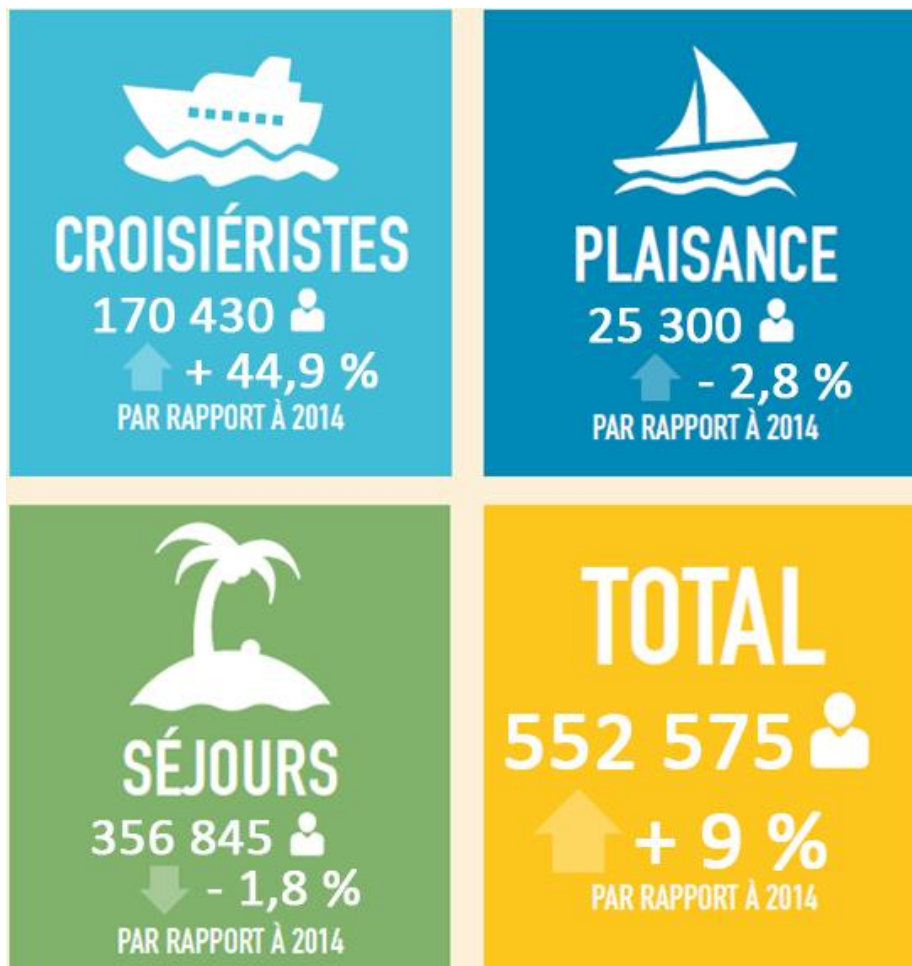
Progression de la fréquentation touristique depuis 2010*



* Source : Comité Martiniquais du Tourisme

FREQUENTATION TOURISTIQUE

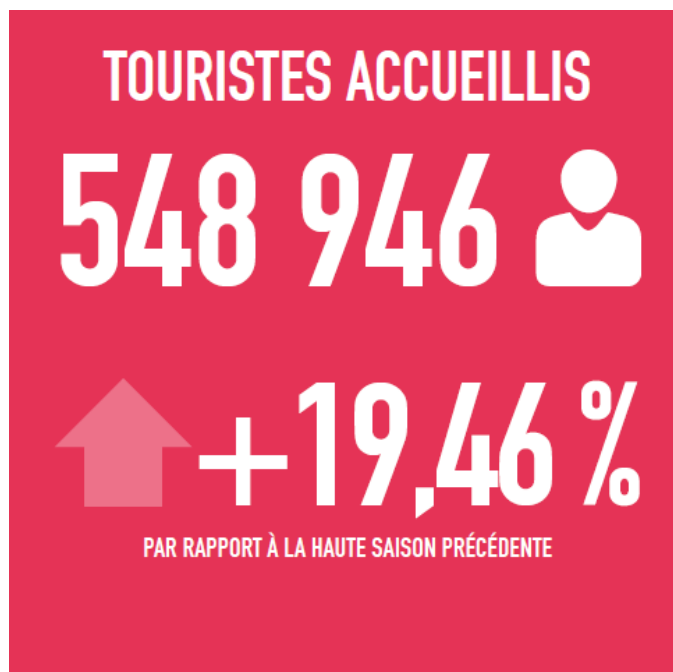
Statistiques de fréquentation globale – Janvier à Août 2015



FREQUENTATION TOURISTIQUE

Statistiques de fréquentation globale

Haute saison Novembre 2014 – Avril 2015



Prévision de fréquentation pour le tourisme de séjour lors de la prochaine haute saison 2015-2016, sur le marché français : + 11%*

* Source : Forward Keys

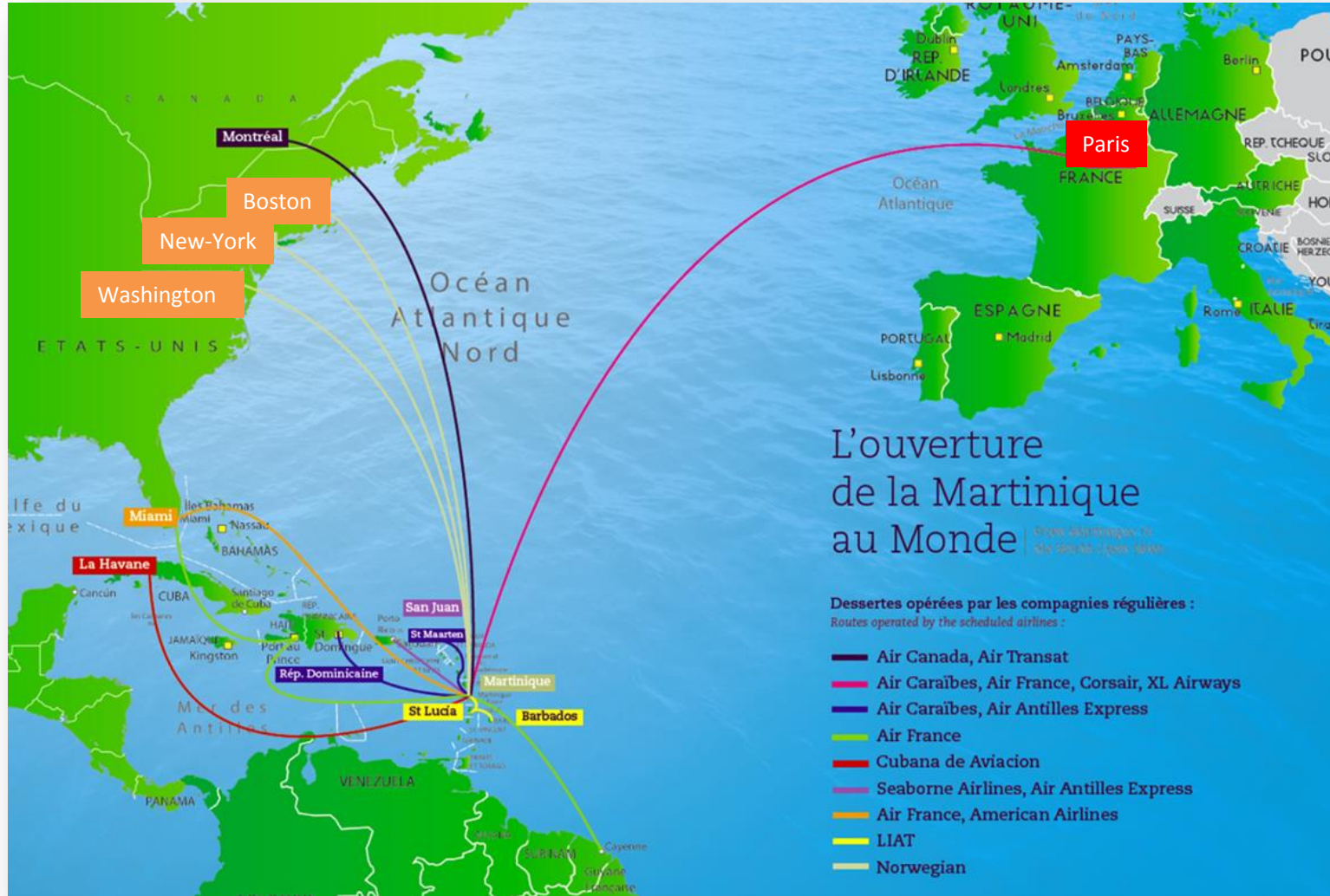
Septembre 2015



AXES STRATEGIQUES – *Désenclavement*

Septembre 2015

AXES STRATEGIQUES - Désenclavement de la Martinique



AXES STRATEGIQUES - Désenclavement de la Martinique

**Martinique Magnifique Travel show : une tournée sur 6 villes :
Montréal – New York – Baltimore – Washington – Miami
correspondant aux connexions aériennes (Air Canada, Norwegian
Airlines et American Airlines), avec les professionnels du tourisme**





AXES STRATEGIQUES – *L'offre d'hébergement*

Septembre 2015

AXES STRATEGIQUES – Une offre hôtelière de qualité

Schéma directeur hôtelier et para-hôtelier – *Les objectifs*

Fixer les grands axes de développement et de modernisation pour une offre d'hébergement touristique adaptée à la demande et aux ambitions du territoire en matière d'accueil de touristes.

Initié en 2014, le Schéma a été présenté le 24 Mars 2015 aux principaux acteurs de l'hôtellerie, du tourisme, aux représentants de l'Etat, à la CGSS, aux maires, à l'AFD et aux banques

AXES STRATEGIQUES – Une offre hôtelière de qualité

Schéma directeur hôtelier et para-hôtelier– *les grandes lignes*

Le schéma intervient à divers niveaux :

- Consolidation du dialogue social
- Soutien à l'investissement
- Soutien à l'exploitation
- Règlement des urgences, question de la dette sociale et fiscale
- Réorganisation de l'observatoire du tourisme



+ les dimensions opérationnelles : animation territoriale pour que la destination Martinique, offre des produits touristiques de qualité, la prise en compte de l'environnement et des économies d'énergie et les relations avec la caraïbe .

AXES STRATEGIQUES – Une offre hôtelière de qualité

Schéma directeur hôtelier et para-hôtelier – *où en est-on?*

Aujourd'hui : finalisation du plan d'action du schéma pour apporter des solutions adaptées et responsables .

- Travail en cours sur la **création d'un produit financier** innovant par l'AFD pour la rénovation hôtelière et le paiement des dettes sociales et fiscales.
- Sélection d'un **dispositif d'accompagnement et de suivi du schéma directeur hôtelier et para-hôtelier martiniquais** avec les partenaires concernés dont le CMT assurerait l'animation et le suivi.
- Création d'une « **boite à outils schéma hôtelier et para-hôtelier** »

Il s'agit de coordonner et d'optimiser les outils qui existent et de les compléter si besoin d'outils nouveaux.

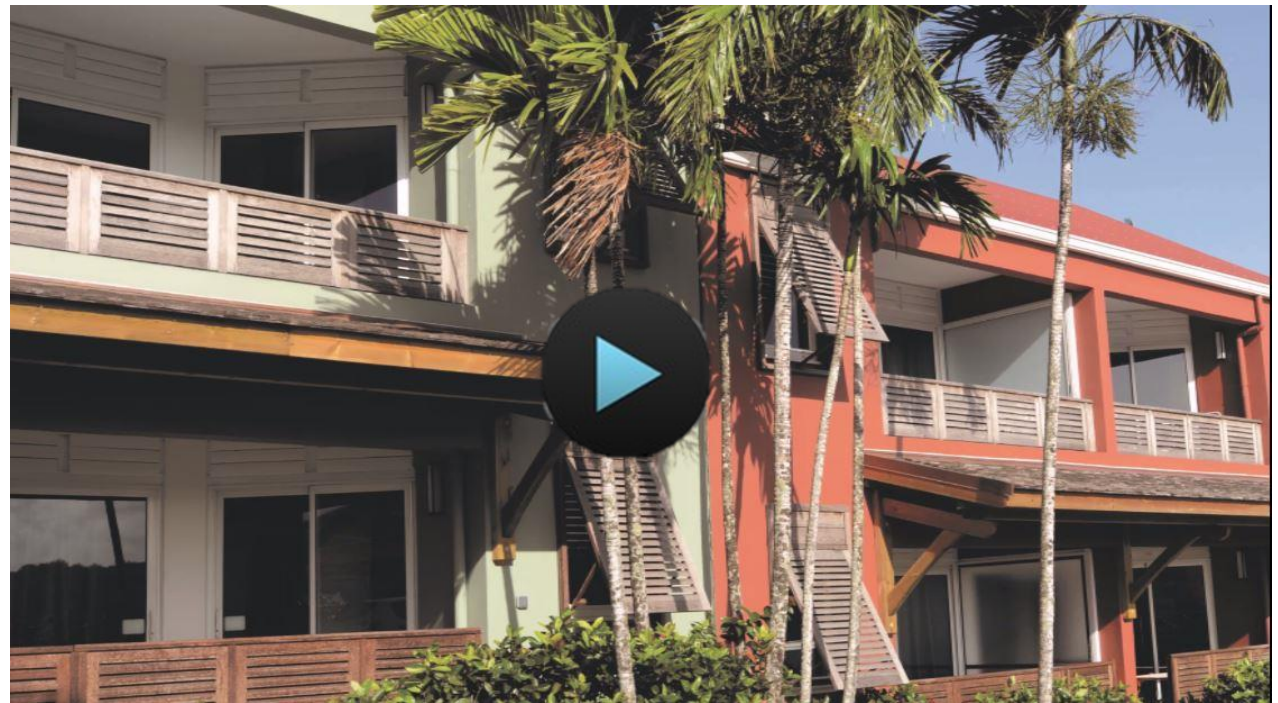


QUOI DE NEUF ?

Septembre 2015

NOUVEAUTES 2015-2016 - Hébergements

Hôtel Panoramic Monique Ampigny



NOUVEAUTÉS 2015-2016 - Hébergements

L'hôtel Bambou Françoise RIVÉTI



NOUVEAUTES 2015-2016 - Hébergements

Karibéa – Les Amandiers

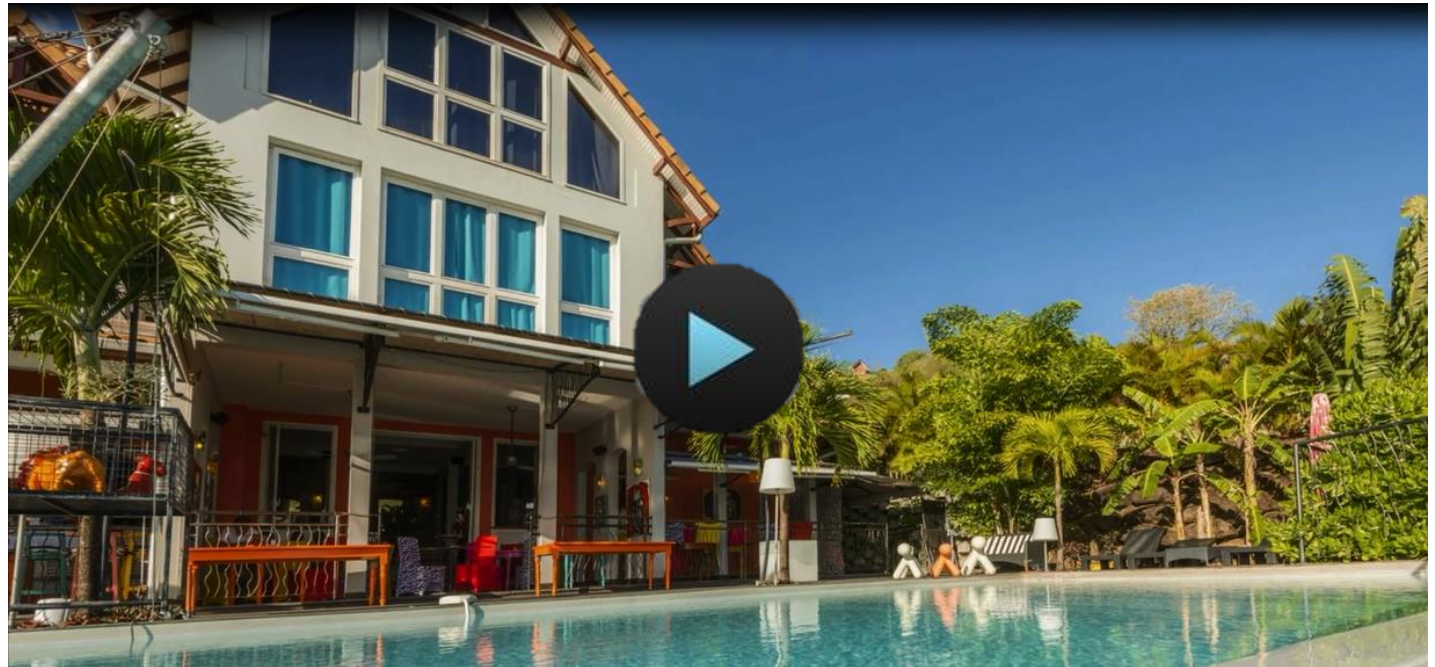
Eric Marot



NOUVEAUTES 2015-2016 - Hébergements

La Suite Villa

M. Gilles DUPLAN



NOUVEAUTES 2015-2016 - Hébergements

Simon Hotel



Hôtel d'affaires ****

94 chambres, 5 suites, 1 appartement

2 restaurants, 1 bar

4 salles de séminaires

NOUVEAUTES 2015-2016 - Hébergements



NOUVEAUTE 2015 – 2016 - Cap sur le MICE

Ouverture du Martinique Convention Bureau le 1^{er} juillet 2015

Objectifs :

- Soutenir l'organisation des évènements
- Accompagner les porteurs de projets
- Atténuer la saisonnalité

Rôle :

- Prospection d'évènement
- Etude de faisabilité
- Accueil des décideurs en Martinique
- Promotion des évènements
- Suivi et Conseil



Mme Françoise BENITO est chargée du bureau des congrès



AXES STRATEGIQUES – *Sensibilisation*

AXES STRATEGIQUES – La sensibilisation

Sensibiliser et engager les Martiniquais :



Campagne Bâtitseur de Paradis

Jeu Facebook : Partage ta Martinique avec un Ami à partir du 16 novembre



Jessie CLAUDE,
Ministre junior du Tourisme

YOUTH CONGRESS 2015

Jessie Claude a représenté la Martinique lors du Youth Congress 2015. Elle monte sur la 2^{ème} marche du podium derrière Barbade et devant Les Bahamas. C'est la première fois que la Martinique gagne un prix à ce concours. Chloé Walker, Ministre Junior du Tourisme de la Barbade a été élue à cette occasion Ministre Junior du Tourisme de la Caraïbe.



14 candidats: Anguille, Antigua and Barbuda, Barbade, Bahamas, Jamaica, British Virgin Islands, Curaçao, US Virgin Islands, St-Lucia, St-Kitts, Nevis, St-Eustatius, Martinique, Turks and Caicos

YOUTH CONGRESS 2015



Jessie Claude entourée de Hugh Riley, CEO de la Caribbean Tourism Organization et Karine Roy-Camille, Présidente du Comité Martiniquais du Tourisme



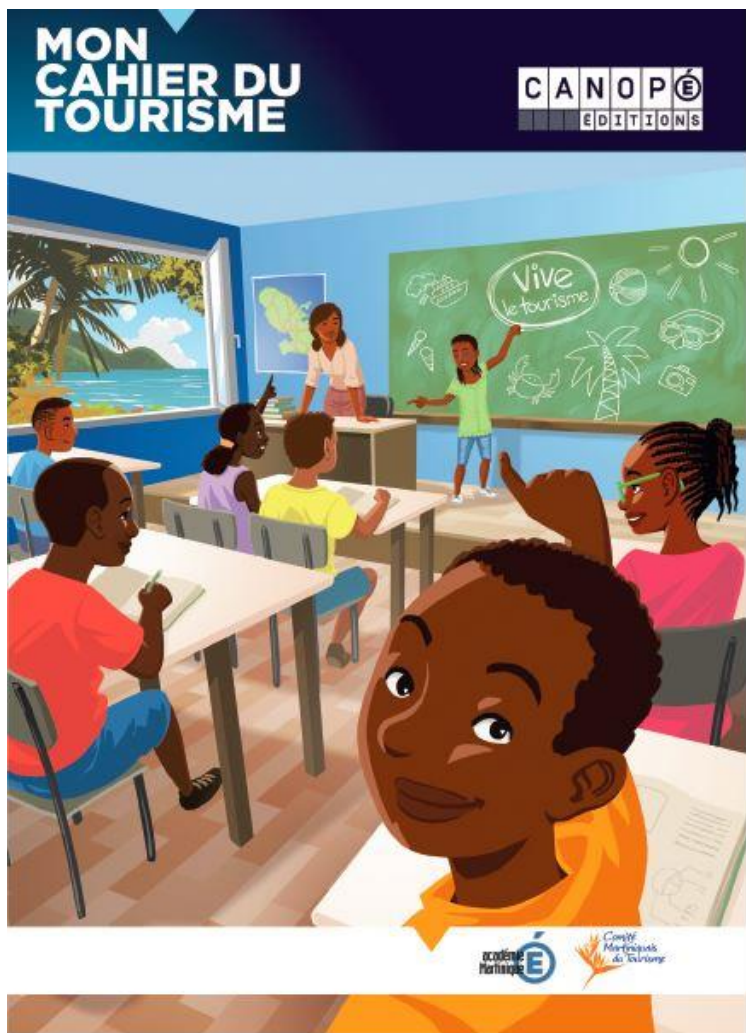
YOUTH CONGRESS 2015



Les 3 gagnants entourés à gauche de Richard Sealy Ministre du Tourisme de Barbade et chairman de la CTO, et Hugh Riley, CEO de la Caribbean Tourism Organization

AXES STRATEGIQUES – La sensibilisation

Zoom sur les projets scolaires et périscolaires :



Cahier pédagogique :

- À destination des élèves du primaire et du secondaire
- Réalisé en partenariat avec le Rectorat de la Martinique
- Afin de sensibiliser les élèves aux problématiques touristiques à travers les matières enseignées (français, histoire, mathématiques, géographie,...)
- Diffusion à partir de janvier 2016



TERRE D'ÉVÉNEMENTS

Septembre 2015

AGENDA EVENEMENTIEL

Un évènementiel sportif riche et complémentaire, le Raid des Alizés

NOUVEAUTE
DU 19 AU 23 NOVEMBRE 2015
UNE AVENTURE NATURE, SPORTIVE ET SOLIDAIRE 100% FEMMINE

MARTINIQUE

Raid des Alizés
Martinique 2015

LIMITÉ À 50 ÉQUIPES
3 PARTICIPANTES PAR ÉQUIPE

L'aventure commence sur www.raiddesalizes.com

100% AVENTURE 100% FEMMINE 100% NATURE 100% SOLIDAIRE

Comité Antillais de Tourisme
Martinique
CORSAIR
CANAL+
edf
K1 SPORT EVENTS

- Un raid nature et solidaire 100 % féminin
- 150 participantes
- Participe à l'objectif de développer la fréquentation de la destination en basse saison
- Valoriser l'image de la Martinique à l'international
- Démontre la capacité de la Martinique à accueillir un grand événement sportif et touristique

AGENDA EVENEMENTIEL

Un évènementiel sportif riche et complémentaire, le Championnat du Monde de Fitness

CARAIBES #5 FIT & DANCE CONVENTION

SÉJOUR EN MARTINIQUE DU **3 au 9 Déc 2015**

www.caraibesfitanddance.com

Freestyle : LIA, STEP, HI-LOW, K'RIBBEAN FIT, KREYOL JAM, MOUV'K.

LES MILLS : BODYPUMP, BODYCOMBAT, BODYATTACK, CXWORK, BODYJAM

CHALLENGE : BOOT CAMP, CROSSFIT, HIIT, STREET WORKOUT

CORE TRAINING : PILATES, YOGA, FUNCTIONAL TRAINING

DANSE : RAGGA JAM, AFRO-HOUSE, HIP HOP, RAGGA-JAM SALSA, DANCE HALL, HOUSE DANCE

Sport, Business & Loisirs

VENEZ CHARGER VOS BATTERIES AU SOLEIL AVANT L'HIVER

Venez vivre une belle expérience en Martinique

900 participants internationaux logés dans les hôtels de la Martinique
Permet d'attirer des touristes cherchant à concilier détente, aspect culturel et sportif



AXES STRATEGIQUES – *Croisière*

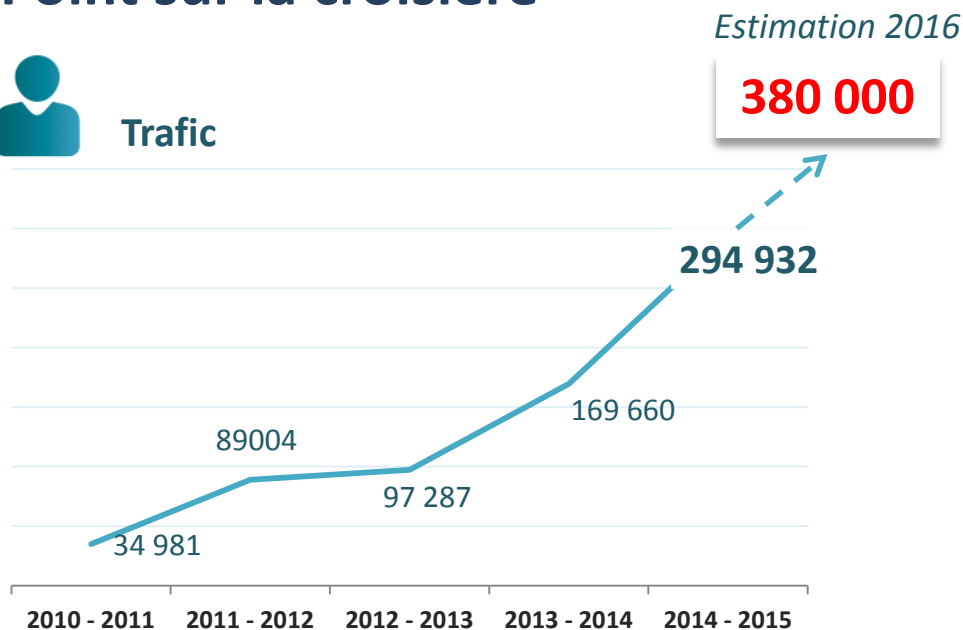
Septembre 2015

AXES STRATEGIQUES – La croisière a le vent en poupe!

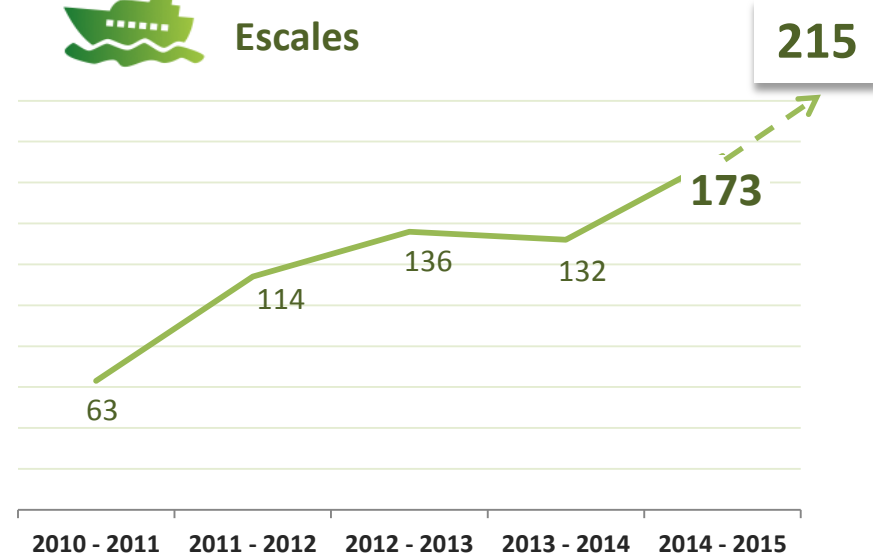
Point sur la croisière



Trafic



Escales



Prévisions pour la haute saison 2015 – 2016 :

Estimation trafic : **380 000**

Lancement de 4 vols charters pour renforcer l'offre tête de ligne depuis la France, l'Italie, l'Allemagne et le Brésil par la compagnie MSC Croisières

AXES STRATEGIQUES – La croisière a le vent en poupe!

L'étude de la FCCA sur les retombées économiques de la croisière pour la saison 2014-2015 (résultats communiqués en octobre 2015) :

- **22,7 M€ contre 4 M€ pour la saison 2005-2006**
- **69\$ de dépenses en moyenne par croisiériste contre 39\$ saison 2005-2006**
- **453 emplois directs contre 115 en 2005-2006**
- **23 escales inaugurales cette saison contre généralement 5 les autres saisons (dont 16 compagnies américaines)**
- **Renforcement de l'activité tête de ligne avec cette année des charters hebdomadaires en provenance du Brésil, d'Italie, d'Allemagne et de Paris à compter de décembre 2015,**
- **Des efforts conséquents pour moderniser les terminaux**

A long wooden pier extends from the foreground into the distance, leading towards the horizon. The pier is made of weathered wooden planks and has metal railings on both sides. The ocean is a deep blue, and the sky is a lighter blue with scattered white clouds. In the distance, a small boat is visible on the right side of the horizon.

DESTINATION MARTINIQUE VERS UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE MARQUE

UN NOUVEAU POSITIONNEMENT

OBJECTIFS DE L'IMAGE DE MARQUE

UNE IMAGE SURPRENANTE À FORT POUVOIR D'ATTRACTIVITÉ

UN TERRITOIRE VIVANT, INNOVANT ET EN MOUVEMENT

UNE DESTINATION EXPÉRIENTIELLE UNIQUE

UN VOYAGE MULTICOLORE INÉDIT

L'INVITATION D'UNE POPULATION HAUTE EN COULEURS

PLATEFORME DE MARQUE

PROMESSE DE MARQUE

La Martinique:
**L'ÎLE AUX
RENCONTRES
INATTENDUES.**

AMBITION

RÉVEILLER
le rêve de Martinique.

PERSONNALITÉ

AUTHENTIQUE
PÉTILLANTE CHALEUREUSE
SURPRENANTE ENVOÛTANTE **SÛRE**

L'IDENTITÉ VISUELLE DE LA DESTINATION DOIT ÊTRE :

SURPRENANTE

TENDANCE

INNOVANTE

MULTICOLORE

Le nouveau logo a pour objectifs de :

- signifier fortement une ambition,
- être simple et évident,
- proposer une lecture efficace en toutes circonstances,
- devenir un sigle qui puisse dans le temps parler seul pour la marque.

CLIP RÉVÉLATION DE L'IDENTITÉ DESTINATION MARTINIQUE



LA MARTINIQUE

ELLE VOUS



Destination Martinique, vers une nouvelle stratégie de marque – Quelques déclinaisons

Photos du stand Martinique à Top Résa



Destination Martinique, vers une nouvelle stratégie de marque – Quelques déclinaisons

Annonce presse professionnelle l’ECHO touristique



LA MARTINIQUE : NOUVEAU LOGO NOUVELLE SIGNATURE... ET BIEN PLUS ENCORE !



Le Comité Martiniquais du Tourisme poursuit son objectif de faire de la Martinique une destination phare et de soutenir le développement économique de l'île. Découvrez ici les principales actions que le Comité Martiniquais du Tourisme s'est fixé pour la saison prochaine.

Un nouveau positionnement de marque

Parmi les grands chantiers présents dans la Réforme : la définition d'une plateforme de marque et la construction d'une nouvelle image sont aujourd'hui abouties. L'enjeu est d'associer un positionnement plus exclusif pour la Martinique afin qu'elle bénéficie d'une personnalité et d'une attractivité plus affirmées. Consciente de ses nombreux atouts, la Martinique a choisi de se présenter comme l'île aux rencontres inattendues pour valoriser sa générosité naturelle et unique. Ainsi, une nouvelle identité composée d'un nouveau logo avec un M en majuscule et d'une nouvelle signature de marque « La Martinique, elle vous M » ont été imaginés. Cette nouvelle plateforme sera appliquée à l'ensemble des filières touristiques martiniquaises afin de gagner en performance individuelle et collective. Bientôt, la Martinique declinera ce positionnement au travers d'une campagne TV nationale et presse magazine.

La Martinique, une destination 100 % numérique

Après le lancement de son nouveau site portail en 2014, le Comité Martiniquais du Tourisme poursuit son développement numérique. L'objectif ? Regrouper 100 % de son offre touristique sur une seule et même plateforme et réduire ainsi la consommation de papier pour un tourisme raisonné et durable. Il s'agit également de fournir aux différents publics un outil exhaustif et vivant de l'offre Martinique. Le Comité Martiniquais souhaite ainsi développer son site portail en plusieurs langues, à destination de ses différents marchés : la version anglaise du site www.martinique.org est ainsi lancée depuis septembre 2015 et sera très bientôt déclinée pour le Canada, le Brésil et l'Espagne.

En 2016, la Maison de Martinique basée à Paris lancera également un nouveau site plus interactif et décliné en anglais. Enfin, le lancement d'une application mobile est prévue très prochainement afin de permettre à chacun de mieux préparer son séjour. L'application fonctionnera aussi en mode hors connexion afin que l'on puisse s'en servir sur place.

Un accès aérien plus international

La Martinique étend encore sa connexion au monde avec la création de nouvelles liaisons régionales et internationales. Ainsi, après ouverture des lignes vers Cuba, la côte Est des États-Unis sera désormais desservie par 3 nouvelles lignes directes avec la Norwegian Airlines : New-York, Baltimore-Washington DC et Boston. Par ailleurs, dans le cadre de la croisière hôte de ligne, de nouvelles liaisons charters seront déployées depuis l'Allemagne, l'Italie et le Brésil avec la compagnie GOL.

Le schéma directeur hôtelier et para-hôtelier

Depuis l'hiver 2014, le Comité Martiniquais du Tourisme a élaboré le schéma directeur de développement hôtelier et para-hôtelier de la Martinique. Ce schéma vise à apporter des réponses opérationnelles et efficaces à la crise que connaît le secteur et à favoriser l'émergence de projets de rénovation, reconstruction et création d'hôtels. Il fixe les grands axes de développement et de modernisation pour que l'offre d'hébergement touristique soit adaptée à la demande et aux ambitions de la Martinique en matière d'accueil de touristes.

Ce schéma, pour ses aspects innovants et parce qu'il faut adapter certains dispositifs réglementaires ou financiers aux réalités, a été présenté à Paris devant le Conseil de Promotion du Tourisme comme un projet-pilote expérimental ayant vocation à inspirer d'autres destinations.

L'implication des Martiniquais pour un rayonnement touristique à 360°

Grâce à différentes initiatives telles que le Semaine du Tourisme à l'École (4^e édition en 2015) et l'élection du Ministre Junior du Tourisme, la Martinique implique les jeunes dans les actions touristiques. Dans le cadre de la campagne Bâtisseur de Paradis, dont la 2^e vague a été lancée en 2015 et grâce au Paradis Tour chacune des 34 communes de l'île a pu valoriser son offre touristique tout en permettant une plus grande implication de la population martiniquaise.

La Martinique, ses programmes multi-destinations

Sous un label de Qualité Caraïben, Caribbean Excellence, la Martinique se rapproche d'autres destinations afin de proposer une offre commune et joue ainsi le carte de la complémentarité à la fois en termes d'offres et de clientèle permettant de mieux développer les différents marchés émetteurs. En 2015, deux partenariats de ce type ont été initiés, avec Sint Maarten et avec Sainte Lucie. La Martinique a également proposé un rapprochement avec Cuba lors du forum économique franco-cubain du 5 mai 2015 à La Havane. Cela représente un facteur de développement touristique important, donnant l'opportunité aux tours opérateurs cubains et martiniquais de proposer des offres combinées au départ de l'Europe.

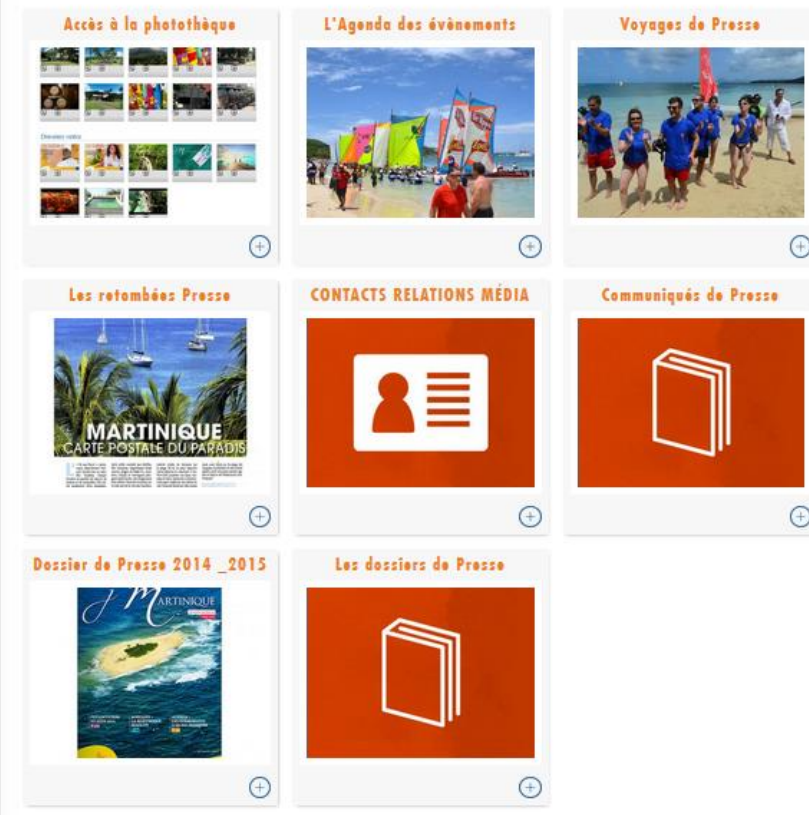
Découvrez nos nouveaux produits touristiques sur martinique.org

RETROUVEZ-NOUS AU SALON TOP RÉSÀ
DU 20 SEPTEMBRE AU 3 OCTOBRE SUR LE GRAND VIT HALL

ESPACE PRESSE EN LIGNE



Vous êtes à la recherche d'informations sur la destination pour vos reportages et/ou articles. Bienvenue dans l'espace presse.



www.martinique.org