

La Martinique monte en gamme, les professionnels sont « au taquet »

Par Laurent Guéna • 7 octobre 2019 👁 5330



Le Bambou, auréolé d'une troisième étoile.

Présidente du Comité Martiniquais du Tourisme, Karine Mousseau a eu la bonne idée de convier, lors d'IFTM Top Resa, journalistes et hôteliers à participer à une table ronde pour évoquer la montée en gamme de la destination.

En présence du tout nouveau directeur général du Comité Martiniquais du Tourisme, [François Baltus-Languedoc](#), Karine Mousseau a, en préambule de cette table ronde, rappelé que la destination pouvait se targuer de très bons chiffres, « un million de visiteurs en 2017 et ça ne se cesse d'augmenter depuis ». Surtout, « le tourisme de séjour progresse alors qu'il stagnait ». C'est le fruit d' « une montée en gamme, les professionnels sont au taquet ». En plus d'un lancement d'un « club des hôtes Airbnb », la responsable ne peut que se satisfaire des efforts d'hôteliers qui rénovent les établissements.

Présente lors de la table ronde, la représentante de Pierre & Vacances, « 20 ans de présence en Martinique » met, par exemple, en avant la montée en qualité de l'établissement après six semaines de fermeture, « l'intégralité du site a été rénovée » et « l'offre du restaurant principal a été revue ».

Même constat pour le Bambou qui vient de décrocher une troisième étoile et qui bénéficie du label « Clef Verte » et « Biorismo », le premier hôtelier à l'obtenir en Outre-Mer. Le Bambou vient de créer un sentier botanique 2.0 qui permet aux clients, grâce à un flashcode, d'en apprendre plus sur les plantes via, par exemple, des recettes de cuisine.

Les représentantes de l'emblématique Cap Est, qui en rénovation depuis plus d'un an sans « fermeture annuelle », précisent avoir « de très bons retours des clients ». De quoi, avec son spa Cinq Mondes, récupérer dans un avenir proche une cinquième étoile. Même satisfaction pour le Diamant, un deux étoiles rénové, qui bénéficie d'un accès direct à l'une des plus belles plages de l'île.

Le tout doit permettre à la Martinique de communiquer sur sa stratégie de différenciation, « une destination haut de gamme et d'exception ». Karine Mousseau croit aussi beaucoup au spritourisme grâce à la qualité du rhum qui bénéficie d'une appellation d'origine contrôlée, « dans une bouteille se concentre l'histoire de la Martinique » et aussi à la culture avec des ville d'art et histoire comme Saint-Pierre.

Reste maintenant le problème de l'accessibilité. Karine Mousseau se dit préoccupé par le modèle low cost long courrier après la défaillance d'XL Airways et « Norwegian n'est pas partie à cause des Antilles, il va falloir aller chercher des nouvelles liaisons aux USA. Nous sommes contents, avec Air Belgium, de s'appuyer sur un vol direct depuis Charleroi qui permettra aussi de faire venir des touristes du nord de la France ».