



Comité Martiniquais du Tourisme

Tour Lumina - 5 rue Loulou Boislaville
Pointe Simon
BP 7124

97276 FORT DE FRANCE

0596 61 61 77 - 0596 61 22 72

infos.cmt@martiniquetourisme.com

www.martinique.org



Bureaux extérieurs

PARIS : 32 boulevard Haussmann - 75009 PARIS

NEW-YORK : 825 third Avenue - NY 10022- 7519

CANADA : 1800 Av McGill College - Bureau 1010 - MONTREAL

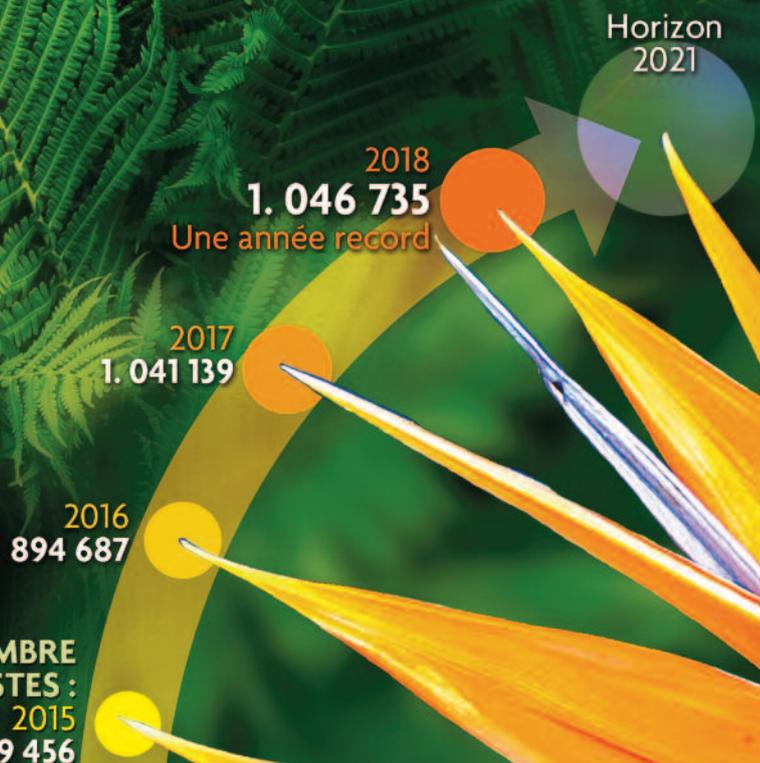




LA MARTINIQUE

martinique.org

BILAN DE MI-MANDAT



NOMBRE
DE TOURISTES :
2015
789 456

Rédaction - conception - coordination :



Sarl C5AP WEST INDIES
ph.apanon@gmail.com

Maquette : L'ATELIERVISUEL

Crédit photos : CMT/Tifox/D.Giral/L.Olivier/R.Haughton/F.Smith/H. Salomon/
Raid des Alizés Scoopdyga @TVSPORTEVENTS/Collectivité Territoriale de Martinique/

©Caribbean Tourism Organization

Imprimeur : Caraïb Ediprint



SOMMAIRE

2	Questions à la présidente Karine MOUSSEAU	
4	Notre bureau et notre conseil d'administration	
6	La nouvelle organisation de la Compétence promotion du tourisme au niveau des collectivités	
7	Nos réalisations significatives à mi-mandat	<ul style="list-style-type: none">• Diversifier les marchés de prospection• Améliorer l'attractivité et structurer des filières (hébergement, nautisme, gastronomie, rhum,...)• Développer la croisière• Renforcer et mieux cibler la promotion et de la communication• Déployer la marque Martinique• Améliorer l'expérience digitale• Créer et consolider des événements• Intensifier la coopération avec les destinations de la zone• Observer l'activité touristique
25	Les évolutions marquantes de l'économie touristique sur la période	
27	Nos projets pour les trois prochaines années 2019-2020 et 2021	<ul style="list-style-type: none">• Poursuivre notre plan d'action touristique• Moderniser notre gouvernance et notre management• Consolider nos relations publiques
29	Une équipe auprès des professionnels du tourisme	
31	Des moyens financiers constants	
32	Nos principaux partenaires	



Questions à la présidente Karine MOUSSEAU

Pourquoi un bilan de mi-mandat ?

Je suis présidente du CMT depuis le 19 janvier 2016, cela fait donc 3 ans. Les citoyens résidant en Martinique ou de passage doivent être informés sereinement du travail effectué et de nos projets. Au-delà des prises de position sur les médias et les réseaux en fonction de l'actualité, il convient de mon point de vue de faire le point avec eux et de leur rendre compte :

- rendre compte de l'évolution du CMT et du secteur touristique ;
- rendre compte du travail des administrateurs qui m'ont accordé leur confiance même si il y a eu parfois de petites tensions et de celui de l'équipe administrative et technique qui nous assiste au quotidien ;
- rendre compte du partenariat tissé avec l'ensemble des organismes privés et publics en Martinique et ailleurs.

C'est en tous cas mon intention avec ce bilan de mi-mandat qui est une bonne pratique démocratique.

Quelles sont vos principales réalisations ces trois années ?

Nous avons pu consolider et amplifier les résultats de ce secteur. Le chiffre historique de **1 046 735 touristes** a été atteint dépassant en cela les prévisions. Les réalisations sont nombreuses sur cette période. La lecture de nos bilans d'activités et la visite de nos différents sites est de ce point de vue édifiante. Cela étant dit je rappelle que notre cœur de

métier est relativement large, il intègre : des actions de promotion sur le marché intérieur et les marchés extérieurs que ce soit pour les activités de résidences, de nautisme ou de croisières, des actions d'accompagnement et de structuration de l'offre touristique toutes filières confondues, des actions de communication, d'édition, d'études et d'observatoire et des actions de représentation et de lobbying dans la caraïbe, en Europe, en Amériques du nord. Et si il le faut dans le monde en fonction de nos moyens et de nos objectifs. Sur ce dernier point nous travaillons en partenariat étroit avec la SAMAC pour l'amélioration de la desserte aérienne et avec le grand port pour celle de la croisière.

Parmi ces actions je soulignerais celles qui préparent l'avenir. C'est le cas des relations nouvelles avec nos collègues de la Guadeloupe et de la Guyane que j'ai souhaité établir dès ma prise de fonction. Nous sommes certes concurrents sur les marchés mais nous avons aussi des intérêts communs à défendre. C'est aussi la structuration en interne et en externe de véritables filières thématiques que ce soient le Spiritourisme, la gastronomie ou le nautisme ...C'est enfin notre présence renforcée sur la "toile". Nous nous ouvrons au monde via les réseaux et nos sites. Et renforçons de la sorte la notoriété et l'image de la destination Martinique.

Quels sont vos projets d'ici à la fin de votre mandat ?

Ma mission et ma responsabilité est de poursuivre la consolidation du CMT pour en faire un outil territorial



efficace au service du développement touristique, au service de tous les professionnels du tourisme et de tous les résidents œuvrant pour le rayonnement et la promotion de la Martinique. La poursuite de notre plan d'action au service du client participe à cette dynamique.

Dans cette perspective, je me dois d'assurer aux collaborateurs qui m'accompagnent et me conseillent les meilleures conditions de travail. Cette mobilisation pour une équipe gagnante est, je le crois partagée par les administrateurs élus et socio professionnels.

Il en est de même de la gouvernance du CMT et très prochainement je proposerais au président de l'exécutif de la CTM, en accord avec mes administrateurs, d'actualiser nos statuts qui je vous le rappelle datent de 2003. Il nous faut tenir compte de la création de la CTM sur la période, et de l'émergence de nouveaux acteurs, c'est le cas de la SAMAC, du Grand Port et d'organisations professionnelles comme l'UMIH. Nous devons également intégrer des évolutions législatives, c'est ainsi que suite à la loi Notre depuis le 1er janvier 2017, la compétence promotion du tourisme est exercée par les EPCI en lieu et place des communes et des leurs offices de tourisme. CAP NORD, ESPACE SUD et CACEM sont aujourd'hui des interlocuteurs de premiers rangs sur le territoire.

Nos projets n'auront de sens que si ils permettent d'améliorer l'économie touristique avec des retombées concrètes sur les revenus de tous les acteurs du tourisme y compris les salariés et sur l'emploi des martiniquais.

C'est aussi à cette condition, j'en suis convaincu, que nous ferons des martiniquais des ambassadeurs enthousiastes de notre Martinique.

Quelle est aujourd'hui votre vision du tourisme ?

La place du tourisme dans notre économie est encore trop faible eu égard à son potentiel. Je ne suis pas un adepte de l'autosatisfaction ou de l'auto congratulation face aux bons résultats, certes appréciables, obtenus. Il reste beaucoup à faire pour que ce secteur prenne toute sa place auprès des autres secteurs économiques, pas à leurs détriments.

Ma vision est celle d'un tourisme durable intégré qui participe à l'émergence d'un nouveau modèle économique martiniquais souhaité par une majorité d'élus et de socio professionnels.

Il nous faut monter en gamme dans tous les segments du tourisme. C'est à cette condition que la destination Martinique sera compétitive et attractive.

A cet égard nous devons sans relâche contribuer par nos résultats à la prise de conscience des élus et des Martiniquais pour que le tourisme soit, dans les faits et pas seulement dans les prises de paroles, une des locomotives du développement de la Martinique.

Nous devons nous mobiliser et optimiser les nombreux atouts de notre belle île hospitalière et en faire une **île joyau durable** qui rayonne dans le monde.

Karine MOUSSEAU
 Conseillère territoriale, conseillère municipale de la ville du FRANCOIS,
 présidente du Comité Martiniquais du Tourisme depuis le 19 janvier 2016.
 suite à l'élection de la collectivité territoriale de Martinique.
 A la CTM, élue du groupe *Gran sanblé pou ba pey a an chans* (GSBPAC)

NOTRE BUREAU, NOTRE C

■ LE BUREAU :

• Karine MOUSSEAU	Présidente
• Marie-Line LESDEMA	1ère Vice-présidente
• Jean-Philippe NILOR	2ème Vice-président
• Eugène LARCHER	3ème Vice-président
• Aurélie NELLA	Secrétaire
• Dominique CHAUVET	Administrateur (remplace D. Baude)
• Philippe LECUYER	Administrateur
• Nadia LIMIER	Administrateur
• Louise TELLE	Administrateur



Karine MOUSSEAU



Marie-Line LESDEMA



Jean-Philippe NILOR



Eugène LARCHER



Aurélie NELLA



David BAUDE



Philippe LECUYER



Nadia LIMIER



Louise TELLE



LA MARTINIQUE

ONSEIL D'ADMINISTRATION

■ LE CONSEIL D'ADMINISTRATION :

21 membres élus de la Collectivité
Territoriale de Martinique

9 élus socio-professionnels



- Karine **MOUSSEAU**
- Michèle **BONNAIRE**
- Charles **JOSEPH-ANGELIQUE**
- Eugène **LARCHER**
- Miguel **LAVENTURE**
- Marie-Line **LESDEMA**
- Nadia **LIMIER**
- Raphaël **MARTINE**
- Yan **MONPLAISIR**
- Diane **MONTROSE**
- Aurélie **NELLA**
- Jean-Philippe **NILOR**
- Stéphanie **NORCA**
- Louise **TELLE**
- Catherine **CONCONNE**
- Jean-Claude **DUVERGER**
- Johny **HAJJAR**
- Daniel **ROBIN**
- Charles-André **MENCE**
- Marie-Frantz **TINOT**
- Sandra **VALENTIN**

- Alain **DECAILLE**
Association des représentants des compagnies aériennes de la Martinique (ARCAM)
- Eric **MICHEL**
Chambre des métiers de la Martinique
- Eliane **CHALONO**
Fédération martiniquaise des offices de tourisme et des syndicats d'initiative (FMOTSI)
- Jean-Marcel **MARAN**
Association martiniquaise pour le développement du tourisme en espace rural (AMATER)
- Emile **ROSALIE**
Chambre d'agriculture de la Martinique
- Louis **YANG-TING**
Syndicat des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration et des débitants de boissons de la Martinique
- Philippe **LECUYER**
Club des Hôteliers de la Martinique (devenu ZILEA)
- Dominique **CHAUVET**
Groupement du tourisme de croisière de Martinique (GTCM)
- Alex **CYPRIA**
Chambre de commerce et d'industrie de la Martinique (CCIM)

■ LES COMMISSIONS :

Trois commissions composées d'élus, d'experts et de socio professionnels

- La commission PROMOTION présidée par Mme Diane **MONTROSE**
- La commission PRODUIT présidée par Mme Aurélie **NELLA**
- La commission CROISIERE-NAUTISME présidée par Mme Louise **TELLE**

La nouvelle organisation de la compétence Promotion du tourisme au niveau des collectivités

Le 14 juin 2016 la présidente du CMT a reçu à la tour LUMINA les présidents et directeurs généraux de CAP NORD, la CACEM et L'ESPACE SUD. A l'ordre du jour la préparation de l'application de la nouvelle organisation territoriale en matière de promotion du tourisme et d'office de tourisme à compter du 1^{er} janvier 2017 conformément à la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe).

L'office de tourisme communautaire de CAP NORD a été créé en septembre 2017 sous la forme juridique d'un EPIC.

L'office de tourisme communautaire du territoire Centre a été créé en janvier 2018 sous la forme d'une société publique locale (SPL).

Avant la loi NOTRe :	Après la loi NOTRe :
<p>La commune pouvait déléguer une partie ou l'ensemble de sa compétence tourisme à un organisme tel un office de tourisme.</p>	<p>La Communauté exerce, à compter du 1^{er} Janvier 2017, en lieu et place de ses communes membres et dans les conditions prévues par la loi (art 64 et 66), les compétences en matière de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - création, d'aménagement, d'entretien et de gestion des zones d'activités touristiques - promotion du tourisme et création d'offices de tourisme

L'office de tourisme intercommunal de L'ESPACE SUD a été créé en juin 2017 sous la forme juridique d'un établissement public local à caractère industriel et commercial (EPIC).

Des bureaux d'information touristique et des points d'accueil et d'Information touristique permettront d'optimiser la couverture de ces territoires.



LA MARTINIQUE

Nos réalisations à mi-mandat

Les principales orientations stratégiques pour optimiser la promotion de la destination touristique MARTINIQUE et valoriser l'implication de tous les acteurs sur la période sont :

-
- Diversifier les marchés de prospection
-
- Améliorer l'attractivité et structurer des filières (hébergement, nautisme, gastronomie, rhum,...)
-
- Développer la croisière
-
- Renforcer et mieux cibler la promotion et la communication
-
- Déployer la marque Martinique
-
- Améliorer l'expérience digitale
-
- Créer et consolider des évènements
-
- Intensifier la coopération avec les destinations de la zone.
-
- Observer l'activité touristique
-

Diversifier les Marchés de prospection

De grandes avancées en 2018 avec,
L'intensification des vols NORWEGIAN sur la zone Amérique ;
L'ouverture de 4 vols en provenance de Montréal par AIR TRANSAT, AIR CANADA, NORWEGIAN ;
L'ouverture de 4 vols en provenance de Cayenne, d'octobre 2018 à mars 2019 ;
Le maintien de la compagnie CONDOR avec l'Allemagne et la poursuite du vol hebdomadaire en provenance de Francfort.

L'alliance LEVEL / VUELING nous ouvre 17 destinations européennes, dont l'Espagne et l'Italie. Jusqu'à 5 rotations à partir de décembre et une al-

liance qui permettra des rotations toute l'année.

Le maintien de la desserte vers la France exagonale avec AIR CARAÏBES, AIR FRANCE, CORSAIR ET XL AIRWAYS de décembre 2017 à février 2018 - vers Guadeloupe, Saint Martin et Haïti avec la LIAT. Et vers Barbade, Sainte-Lucie et les îles du sud caraïbe, Antigua avec AIR ANTILLES EXPRESS.

Le CMT participe avec la SAMAC à initier des négociations avec toutes les zones du monde. C'est le cas à QUITO en février 2018 à l'occasion des ROUTES AMERICAS qui est la rencontre annuelle des professionnels de l'aérien et des destinations.

La plateforme aéroportuaire AIME CESAIRE s'agrandit et se modernise

Ce projet en cours de réalisation d'un cout initial de 112 M€ concerne :

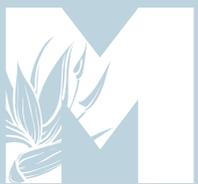
- La capacité d'accueil liée a l'augmentation prévisible du trafic : salle des bagages - Salle d'embarquement - Enregistrement - Espace filtre police.
- Les deux aires de stationnement
- L'augmentation de la surface commerciale
- Les équipements de sûreté. La mise aux normes des espaces pour accueillir des machines beaucoup plus volumineuses.
- La création d'un centre d'affaires pour l'accueil de congrès, de séminaires qui bénéficiera également d'un hôtel de qualité internationale.



“ A small step together is better than a huge solitary leap. ”
Aimé Césaire

SAMAC (SOCIÉTÉ AÉROPORT MARTINIQUE AIME CESAIRE) Aéroport International Martinique Aimé Césaire - BP 279-97285 le LAMENTIN cedex 2
Société Anonyme à Directoire et Conseil de surveillance - Capital : 148.000 euros - RCS 536 711 821 Fort-de-France - (APE) 5223Z - Tél : (596) 596 42 16 00 - Fax : (596) 42 18 77 - contact@martinique.aeroport.fr

Projet d'extension aéroportuaire MARTINIQUE AIME CESAIRE



LA MARTINIQUE

Améliorer l'attractivité Structurer les filières

(herbergement, nautisme, gastronomie, rhum,...)



• Tourisme et handicap



Un des axes majeurs de la politique de développement touristique de la Martinique est d'inciter les professionnels à offrir à la clientèle en situation de handicap un niveau égal de qualité des prestations et des services.

La 1ère édition des sésames ultramarins de l'accessibilité positive s'est déroulée au Gosier en Guadeloupe à l'initiative du Conseil National de l'Handicap le samedi 24 novembre 2018. A cette occasion l'association martiniquaise, *Martinique Access île* a remporté le Sésame d'or reporté.



M. Noël Cicalini de l'Association Martinique Access'île recevant le sésame d'or.

- CLEVACANCES

Offrir des hébergements de qualité selon la charte CLEVACANCES. Le parc devient de plus en plus qualitatif, avec une montée en gamme en 4 et 5 clés. Aujourd’hui, sont concernées par ce label 120 structures dont 105 locations et 15 chambres d’hôtes.



Le CMT aux journées techniques CLEVACANCES à Strasbourg



- L’accompagnement aux porteurs de projet

Nous constatons une montée en gamme des structures, avec une volonté de plus en plus forte d’intégrer une démarche qualité (classement, labels).

418 porteurs de projets reçus en 2018 :

- 218 pour la zone sud
- 200 pour la zone nord et centre

- Le partenariat avec AIRBNB

Une convention de partenariat avec AIRBNB France a été signée en 2019 pour une durée de 12 mois. Les objectifs de ce partenariat d’une année concourent à faire des clients AIRBNB des ambassadeurs de la destination Martinique.

- Des rencontres opérationnelles porteuses

Rencontre avec les professionnels de meublés et chambres d’hôtes

Avec nos partenaires DIECCTE, CCIM, CTM, EPCI, AMATER nous avons réunis les professionnels concernés le 18 avril 2018 à la Villa Chanteclerc de la CTM à Fort de France.

Salon Welcome à la maison

Cet évènement, auquel le CMT a participé, a été conçu par Madly Schenin-King pour les loueurs touristiques saisonniers et a réuni plus de 400 participants le 13 Octobre 2018 à l’Hôtel Batelière

Information et de documentation



La promotion c’est aussi le traitement des demandes d’information et de documentation émanant de la Martinique (associations, clubs sportifs, structures d’hébergement ...) et de la clientèle extérieure. Ainsi plus de 100 000 documents ont été expédiés dans le monde par nos équipes, Martinique Bonjour, cartes IGN, cartes randonnées, bois lélé...



La structuration de filières

Faire de l'art culinaire martiniquais un atout touristique et culturel

La 1ère Rencontre des restaurateurs a été organisée par le CMT le 15 janvier 2018 à l'institut Martiniquais du Sport. A cette occasion la nouvelle cellule gastronomie a été présentée à la quarantaine de professionnels qui ont répondu à notre invitation.

Kreol Food and Rhum - 1ère édition

Du 6 au 13 octobre 2018, l'UMIH 972 et ses partenaires dont le CMT ont organisé le premier festival KFR. De l'avis des participants, cette première édition a été un succès. KFR devrait s'inscrire dans notre paysage touristique comme un nouveau produit porteur.

Les ateliers-formation de la Filière Gastronomique organisés par le CMT en partenariat avec UMIH Formation de septembre à décembre 2018 ont permis de proposer aux restaurateurs des connaissances et des outils clé en main pour la maîtrise des bonnes pratiques et le partage d'expériences autour d'un intérêt commun : le «bien accueillir».

Sortie du premier Guide Antilles-Guyane Gault & Millau

Le CMT a contribué à la parution du premier guide gastronomique grand public GAULT et MILLAU des Antilles Guyane qui est paru en novembre 2018. Ce guide bilingue a été édité à plus de 20 000 exemplaires et est complété d'une application numérique pour téléphone mobile.

Caribbean Rum Route Project

La route du rhum des Caraïbes est un projet innovant pour souligner l'importance culturelle et historique du rhum dans cette région du monde.

Quelques actions remarquables, pour le tourisme durable et l'écotourisme

Sur la période et notamment en 2018 nous avons réalisé des actions de promotion avec un **Film Promo de France O sur la randonnée** et l'insertion du festival international de la randonnée dans l'agenda planning du CMT. Nous avons participé aux candidatures des forêts et volcans de la montagne pelée et des pitons du nord de la Martinique sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et à celle des volcans au label forêt d'exception de l'OFFICE NATIONAL DES FORETS.

Nous avons contribué aux actions de sensibilisation suivantes :

« Ma terre, notre terre, une pépite à préserver, vers des parcours touristiques virtuels et durables » un projet académique



Au siège du CMT a été présenté le 3 mai 2018 ce projet de coopération reposant sur un partenariat entre l'Académie de Martinique et les établissements et institutions de Sainte-Lucie, Dominique, Saint-Vincent, Jamaïque, Louisiane, Canada, Brésil, Cuba, Colombie, Costa Rica, partageant les mêmes thèmes touristiques.

ÉRASMUS PLUS :

Le CMT a accueilli en juin 2018 une délégation de 14 représentants de cinq Etats membres de l'Union Européenne, au cours d'une journée de rencontre et

de réflexion, dans le cadre d'un projet de coopération pour promouvoir l'éducation environnementale des jeunes et des adultes.

Les Journées du Tourisme à l'École

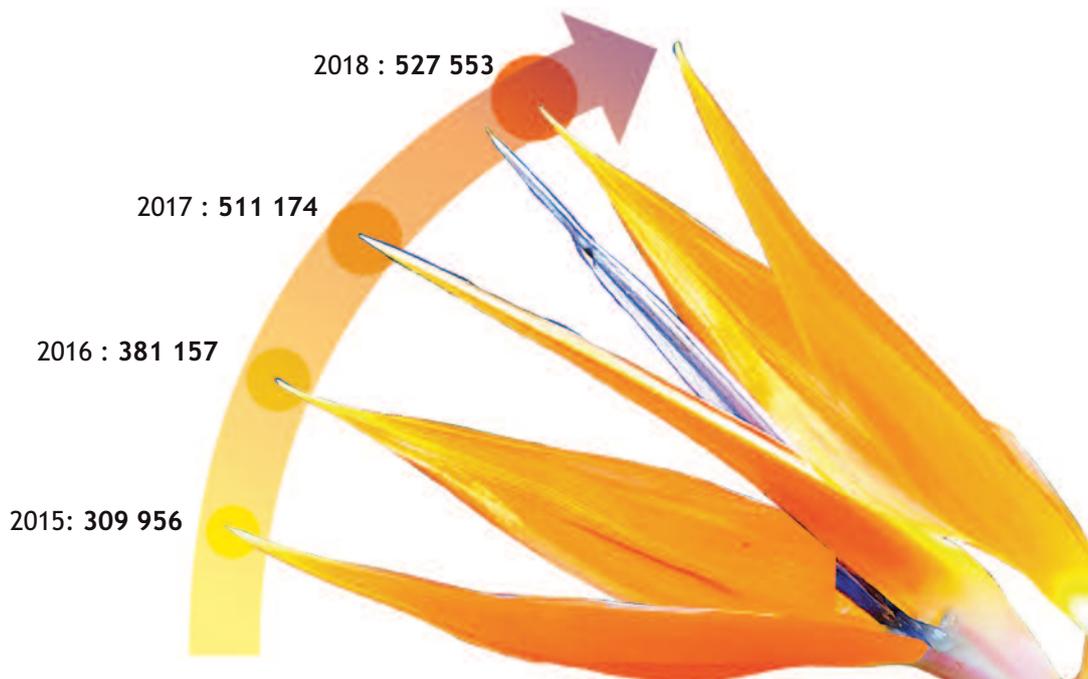
Les Journées du Tourisme à l'École sont organisées dans le cadre d'une convention de partenariat entre le Comité Martiniquais du Tourisme et l'Académie de Martinique, visant à mettre en place des actions concertées de sensibilisation des scolaires à l'activité touristique.



Le développement de la Croisière

Nombre de passagers

Illustration de l'évolution observée sur la période 2015/2019



DES RENCONTRES CONSTRUCTIVES POUR LA CONSOLIDATION ET LE DEVELOPPEMENT DE LA CROISIERE

La Grande Conférence du Tourisme

La croisière a figuré parmi les thèmes abordés au cours de la Grande Conférence du Tourisme qui s'est tenue au Palais des Congrès de Madiana le 29 juin 2016. Notre Pôle croisière nautisme plongée y a largement contribué en collaboration avec David Baude Président du GTCM (Groupement de Croisière de la Martinique). Des propositions très concrètes ont été formulées par les professionnels présents pour améliorer l'accueil des croisiéristes et la rentabilité du secteur.

Séminaire "Grow RUP" Martinique

Lancé en 2017 par la Collectivité Territoriale de Martinique, le projet "GROW RUP" se déroulera jusqu'en 2021 avec les régions des Açores, de Madère, des Canaries et de la Réunion. Un séminaire a été organisé le 11 octobre 2018 au siège du CMT à l'atten-

tion des professionnels martiniquais intervenant dans le secteur de la croisière.

"GROW RUP" a pour objectif de soutenir la création et la croissance des entreprises innovantes dans le secteur de l'économie bleue et verte, en vue de réduire le chômage de longue durée dans les régions ultrapériphériques (RUP).

De nombreuses réunions techniques : Le CMT facilitateur et fédérateur

Le CMT poursuit son rôle de facilitateur et de fédérateur des acteurs du tourisme dans le secteur de la croisière. C'est ainsi que d'avril à octobre 2017 il a organisé 9 réunions techniques avec tous les acteurs de la croisière pour préparer la saison 2018 - 2019. Selon les thèmes ont été réunis, les responsables des syndicats de taxis de place, l'Office de tourisme du Centre, la SEMAFF, la ville de Fort de France, la CTM, les représentants des EPCI - l'ONF, les mairies concernées par les escales (Fort de France, Trois-Ilets, St Pierre, Marin, Anses d'Arlet), le président de l'association des commerçants de FDF, la responsable du GIE du Village Créole la CCIM,

EVOLUTION DU NOMBRE DE PASSAGERS ET D'ESCALES de 2015 à 2018

	2015	2016	2017	2018
PAX- En transit	241 486	280 566	405 206	393 309
ESCALES	181	199	258	262
PAX - tête de ligne (embarquement et débarquement en Martinique dont 60% de résidents en Martinique)	68470	100 591	105 968	134 244
TOTAL PAX	309 956	381 157	511 174	527 553

L'Europe reste notre principal marché émetteur avec 65,41 % du trafic passagers en transit. Elle est suivie des USA, 23,96 % et du Canada, 6,68 %. Au sein de l'Europe, 4 marchés se distinguent dans l'ordre : le Royaume Uni (40,18 %), l'Allemagne (23,51 %), la France (16,04 %) et l'Italie (8,63 %).

les Polices municipale et nationale, la DEAL, la DIECCTE, la Chambre des métiers...

Parmi les thèmes abordés pour améliorer le confort des croisières, l'attractivité des lieux d'accueil et les conditions de travail des acteurs de la croisière notons : les toilettes et la signalétique à la pointe Simon, la formation des guides, les mouillages, l'entretien des sites touristiques des périmètres des EPCI, les autorisations d'accès sur les terminaux, la concurrence déloyale, les tarifs et affichage, la liste des taxis agréés la délivrance de macarons pour les véhicules, le marquage sur parking taxis Pointe Simon, la communication sur le Programme Shopping que proposent les compagnies, les labels, l'acceptation du dollar ...

Ces acteurs concernés ont chacun leur propre champ de compétences et de moyens opérationnels et bien entendu le CMT ne saurait se substituer à eux dans la mise en œuvre des actions ou des orientations retenues.

Atelier workshop AON insurance

Initiée par le CMT, une réunion entre les petits opérateurs et la société d'assurance américaine AON, s'est tenue le 24 mai 2017. Cette opération avait pour objectif :

Informers les prestataires privés sur les besoins des compagnies de croisière ;

Eclairer sur la manière de les approcher ;

Aider à commercialiser leurs produits auprès des compagnies de croisière ;

28 personnes ont participé à cet atelier animé par des consultants spécialisés.

Étude sur l'impact économique de la croisière en Martinique

Le cabinet d'études et conseils économiques DME a réalisé en 2018 une étude sur l'impact économique de la croisière. Celle-ci fait suite à une commande du comité de pilotage composé de l'Agence Française de Développement (AFD), du Grand Port Mari-



time de la Martinique (GPMLM), du Groupement du Tourisme de Croisière de la Martinique (GTCM), du Syndicat National des Agences de Voyage de la Martinique (SNAV), de la société de manutention portuaire Chautram et du Comité Martiniquais du Tourisme (CMT).

Cette étude a permis de mesurer de façon plus scientifique les retombées économiques du secteur de la croisière et de dégager des pistes de travail pour améliorer l'impact de ce secteur d'avenir sur le tourisme et plus généralement sur les autres secteurs d'activités de notre économie.

Participation à des salons

Le CMT a participé à plusieurs salons sur la période, parmi ceux ci nous avons : Seatrade Cruise Global à FORT LAUDERDALE
Seatrade Europe - Hambourg
Seatrade Cruise Med Ténériffe
CONFERENCE ANNUELLE DE LA FCCA A PORTO RICO

Participation du CMT aux travaux d'installation de la Commission Permanente du CMUBA (Conseil Maritime Ultramarin du Bassin des Antilles) à bord du Costa Magica le 30 mars 2017.

PLAISANCE ACTIVITES NAUTIQUES

Le CMT accompagne chaque année un certain nombre de manifestations nautiques telles que le Martinique Cataraid, la Semaine Nautique de Schoelcher pour la voile légère, the Round of Martinique Regatta en habitable, le Martinique Surf Pro en surf, le Tournoi International de Pêche Sportive, le championnat du monde de jetski et le Martinik Cup Caraïbes en motonautisme, le SMILE (Salon des Métiers, de l'In-

dustrie et des Loisirs Nautiques et de l'Environnement) au Marin. Nous accompagnons également d'autres manifestations nautiques d'ampleur eu égard à l'importance de leurs retombées économiques telles que la Trans-quadra organisée tous les trois ans, l'Ariane's Cup ou encore l'Hippocup (Rallye nautique des jeunes mé-decins et chirurgiens de toute la France).

Sur la période nous retenons deux manifestations qui s'inscrivent dorénavant dans notre paysage touristique nautique.

La Martinique Surf Pro 4ème édition

Une compétition internationale de surf de haut niveau, réunissant plus d'une centaine de surfeurs d'une vingtaine de nationalités différentes.

La Martinique Flying Regatta

Un important événement nautique mondial, le premier du genre - Compétition de voile à foil (aile volante) - L'évènement 100 % foil de la Caraïbe. Partenaires : CTM - Grand Port de Martinique - Ville de Fort de France - Direction de la Mer - Martinique Hub Caraïbe - Ligue de Voile de Martinique - Lycée de Bellevue et les acteurs du secteur privé.

Une première mondiale d'une compétition de voile à foil (aile volante) dans notre magnifique baie des Flamands.



Seatrade



Des actions de partenariat avec la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA)

- Chaque année, dans le cadre des activités de sa fondation, la Florida Caribbean Cruise Association (Association de Compagnies de Croisière basée en Floride et opérant dans la Caraïbe), organise un concours de rédaction à l'intention de tous les écoliers, collégiens et lycéens de la Caraïbe.

- La FCCA a officiellement inauguré 10 tables de tennis offerts à trois foyers d'aide à l'enfance en Martinique les mardi 16 février 2016 et mercredi 17 février 2016.

Ces événements ont consisté à apposer de plaques éponymes de la FCCA sur les tables de tennis. Nous avons coordonné cette opération caritative de la FCCA en respectant scrupuleusement les critères d'attribution définis au préalable par la FCCA.

Pour la 4ème année consécutive, le Comité Martiniquais du Tourisme en partenariat avec la Fondation de la FCCA ou Florida Caribbean Cruise Association

a organisé le samedi 15 décembre 2018 de 9H à 13H, une distribution de cadeaux à l'Agora Frantz FANON de l'Hôtel de la Collectivité en faveur d'une centaine d'enfants défavorisés choisis par les centres d'aide à l'enfance de la Martinique.

Notre participation à des salons pour le Nautisme et la Plongée

Nautisme

Grand pavois de la rochelle
Nautic de Paris parc des expositions porte de Versailles
Le DEMA SHOW
Le SMILE au marin

Plongée

Salon International de la Plongée Sous-Marine Paris Porte de Versailles
SALON INTERNATIONAL DE LA PLONGEE SOUS MARINE PARIS PORTE DE VERSAILLES



LA MARTINIQUE

Renforcer et mieux cibler la promotion et la communication



La Martinique au New York Travel show 2018

Les équipes du CMT, les élus et les professionnels participent régulièrement à des salons internationaux et à des actions de promotion B to B et B to C. Ces salons recouvrent plusieurs thématiques, gastronomie, nautisme, tourisme vert... Ci dessous par région géographique quelques exemples de salons qui se répartissent ainsi selon les pays :

En France

- le 2ème salon de la Gastronomie des Outremer du 12 au 15 février 2016 à Paris.
- La foire de paris
- Salon Taste of Paris (Gastronomie)
- Salon IFTM Top Résa
- Salon des seniors
- Salon des nouvelles randonnées

En Europe

- Salon des vacances de BRUXELLES
- Salon ITB
- Roadshow Francia Italie



Aux USA

- **NY Times Travel Show**
New York - Salon tourisme organisé par le magazine NY Times
- **Boston Globe Travel Show**
BOSTON - 1er salon du voyage de la Nouvelle Angleterre
- **Seatrade Croisière Global**
A Fort-Lauderdale le plus grand rassemblement des acteurs de l'industrie de la croisière
- **Caribbean Week**

Réunions des ministres et directeurs de tourisme de la Caraïbe - Salon professionnel AGV et Presse)





Stand Martinique au TOP RESA 2018

Au Canada

- Martinique Gourmande au Canada - Montréal et Québec Canada
- Martinique Magnifique Club St-James de Montréal le 16 octobre 2018 - Thème : Martinique tout en Nature

- Salon International du Tourisme et du Voyage (SITV) A Montréal, 13 professionnels de la Martinique y ont participé en 2018.

Dans la Caraïbe

- Le salon du tourisme et des loisirs de la Guyane



Diane Montrose, Thierry Lauzée, Yanis Nesmon et les chefs de la Martinique



Salon du voyage et des vacances

En Martinique

- Le Salon du Voyage et des Vacances (en mars)
- Partez en Vacances en Martinique (de juin à fin août)

Les premières ventes flash spéciales tourisme le Comité Martiniquais du Tourisme a initié un partenariat avec la Société Deal Des Îles, site d'achat groupé. Le public a largement adhéré à la formule. Ces premières ventes flash ont par ailleurs rejilli sur la fréquentation de l'exposition de produits touristiques organisée à la Galléria les 17 et 18 Juin 2016.

Salon Destination Caraïbe et Guyane Centre commercial La Galléria : du 4 au 6 juin 2016

A côté de plusieurs îles de la Caraïbe, le CMT a pu présenter l'offre de la Martinique et annoncer l'opération **PARTEZ EN VACANCES EN MARTINIQUE** qui se déroulait deux semaines plus tard. La Guyane était l'invitée d'honneur de ce salon organisé par le Centre Commercial La Galleria.

LE TOURISME D'AFFAIRES

La Martinique a des atouts compétitifs par rapport à d'autres destinations de la Caraïbe pour développer un tourisme d'affaires. L'un des objectifs de celui-ci est notamment de réduire la saisonnalité. Des actions de promotion et de commercialisation ont été mises en place par le CMT à cet effet. Ci-dessous deux exemples, l'un de congrès, l'autre de promotion, illustrent cette stratégie :

• Congrès AATF

Congrès culturel et littéraire regroupant des professeurs de Français Américains membres de l'AATF (American Association of Teachers of French) - 350 professeurs de Français présents. 17 au 22 Juillet 2018 au Palais des Congrès de Madiana

• IMEX Frankfurt

15 au 17 mai 2018 à Francfort

Réalisation du film « M » en 2017 récompensé par le 1er prix de la communication à Cannes. Des campagnes TV sur TF 1 - M6, Canada en début 2019.

Salon du tourisme et des loisirs de la Guyane





LA MARTINIQUE

Déployer la marque M (film, campagne web et TV)

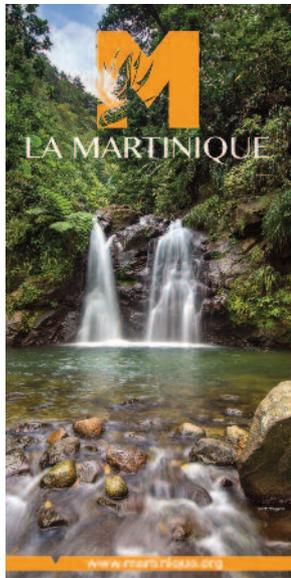
Participation au tournage du clip « Madinina » - artiste Shy'm en janvier 2018

Le CMT a pris en charge les frais du transport aérien et d'hébergement de l'équipe de tournage en Martinique.

Le dispositif digital s'appuyait sur les leviers les Participation au tournage du clip « Madinina » - artiste Shy'm en janvier 2018

Le CMT a pris charge les frais du transport aérien et d'hébergement de l'équipe de tournage en Martinique.

Le clip a été diffusé le 8 février 2018 sur Facebook, YouTube, Chaines TV et au 30 juin 2018 il a été crédité de plus de 2 050 000 vues sur YouTube.

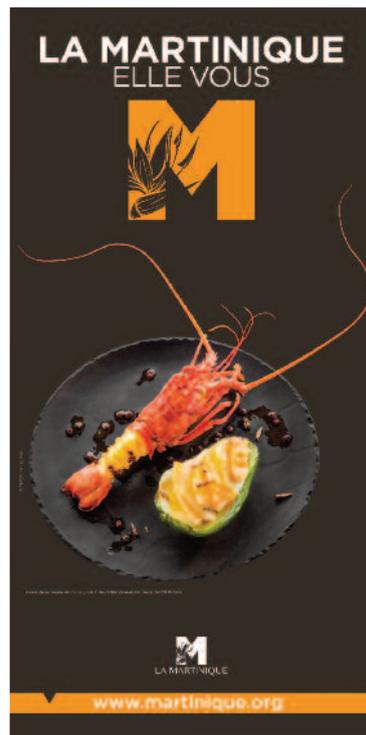


Outil incontournable de la communication du Comité Martiniquais du Tourisme.

Campagne basse saison 2018

Cette campagne incarne une première médiatisation en masse du film « La Martinique elle vous M ». Elle a booster les ventes sur la basse saison touristique.

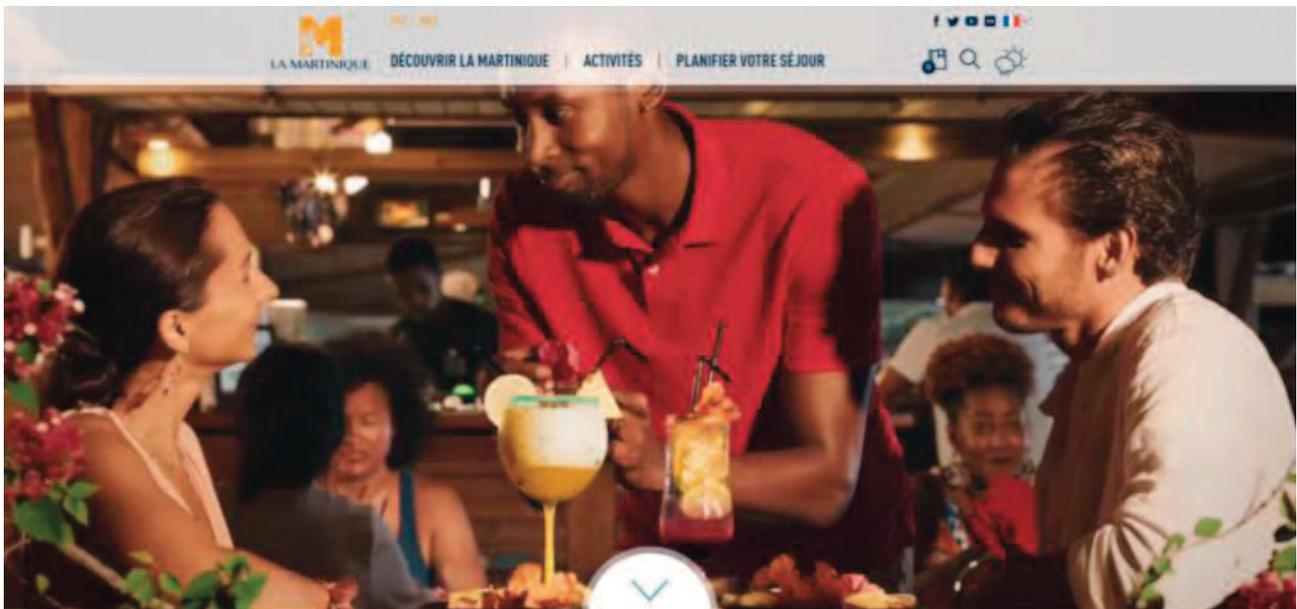
Par ailleurs, elle a permis de révéler, auprès du public la nouvelle image de la Martinique.



Améliorer l'expérience digitale

Le site www.martinique.org est la 1ère vitrine de la destination Martinique sur les marchés extérieurs. Il est étudié afin de répondre de façon simple et efficace aux besoins des utilisateurs et potentiels touristes. Plusieurs objectifs sont en jeu, le premier étant de faire vivre aux utilis-

teurs une expérience inoubliable, émerveiller et convaincre les prospects. Dans un deuxième temps, le but est d'accompagner et d'aider les internautes déjà conquis par la destination à planifier leur séjour.



PROGRESSION DES VISITES ET DES UTILISATEURS DU SITE EN 2017 et 2018

<p>Du 1er Janvier au 31 déc. 2017 Sessions / Visites : 796 831 Utilisateurs / visiteurs uniques : 567 950</p>	<p>Du 1er Janvier au 31 déc. 2018 Sessions / Visites : 1 135 974 Utilisateurs / visiteurs uniques : 917 644</p>	<p>Une progression remarquable + 42 % + 61.57 %</p>
Pages vues : 1 937 925	Pages vues : 2 028 821	4,69 %
Nouveaux utilisateurs : 573 997	Nouveaux utilisateurs: 907 275	+ 58.06 %

En septembre 2018 le nouveau site de la destination a été mis en service en 4 langues (français, anglais, espagnol, allemand). Ce site moderne, fait la part belle au visuel et à la vidéo. Le CMT dispose de réseaux sociaux (Facebook, Instagram; Twitter,) dédiés par pays



LA MARTINIQUE

Créer / soutenir les événements

Pour la création et le soutien d'événements en collaboration avec les professionnels et les acteurs concernés nous soulignerons dans ce bilan trois événements :

La Martinique Surf Pro

Une compétition internationale de surf de haut niveau connue et de plus en plus appréciée des amateurs et des professionnels du circuit et qui prend sa place dans l'espace nord de la Martinique.

La Martinique Flying Regatta

Une première mondiale d'une compétition de voile à foil (aile volante) dans notre magnifique baie des Flamands.

Le Raid des Alizés

Exclusivement réservé aux femmes, la dernière édition du Raid des Alizés a accueilli 74 équipes, soit

222 concurrentes. Près de 80 % des concurrentes sont originaires de la France hexagonale.

LE SOUTIEN AUX PORTEURS DE PROJETS

En dépit d'un budget contraint sur la période le Comité Martiniquais du Tourisme a apporté son soutien aux socioprofessionnels et institutions, associations, offices de tourisme et syndicats d'initiative dans les domaines suivants : culture et patrimoine - spectacles et festivals - manifestations à caractère sportif - congrès - aides aux Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative - aides aux socioprofessionnels du tourisme.



Raid des Alizés 2018



LA MARTINIQUE

Intensifier la coopération avec les destinations de la zone

Dès sa prise de fonction en 2016, la Présidente, Karine Mousseau et son conseil d'administration ont fortement exprimé le souhait d'une collaboration accrue, tant politiquement que techniquement, avec la Guadeloupe et la Guyane.

Avancées avec la Guyane :

Mission en Guyane de la présidente et la directrice du CMT du 31 octobre au 3 novembre 2016.

Mission d'une délégation du Comité du tourisme de la GUYANE. Mrs Chalco Lefay, Alex Madeleine, Alex Bathilde en Martinique du 14 au 19 novembre 2016. ils ont été reçu par le président Alfred Marie-Jeanne accompagnés de Mme Marie-Line Lesdéma, et Mr Yan Monplaisir.

Réunion avec les agents de voyage de Martinique, Participation à l'ouverture de la Martinique Flying Regatta.

Avancées avec la Guadeloupe :

Une délégation du comité du tourisme des îles de la Guadeloupe composée de Sonia Tallepierre, Olivier Michel, Willy Rosier nous a rendu visite en Martinique le 22 octobre.

Le 13 novembre notons la participation du CMT à la rencontre RUM MASTER, dans le but d'échanger et de collaborer avec des professionnels du spiritourisme.

Actions ministre junior du tourisme

Déplacement de la ministre du tourisme de la Martinique à St-Martin, Sint-Maarten et Anguille du 27 au 31 août 2018.



Coraline PAIN, Ministre Junior du Tourisme 2017-2019 a représenté la Martinique au Caribbean Tourism Youth Congress. A cette occasion, le Ministre Junior du Tourisme de la Caraïbe est élu(e). Ce congrès annuel s'est déroulé aux Bahamas, en octobre 2018. Coraline PAIN est brillamment montée sur la 3ème marche du podium suite à son intervention en anglais face à 17 autres candidats, tous anglophones. »



Hugh Riley, Secrétaire Général de la Caribbean Tourism Organization entourée des 3 gagnantes du Youth Congress, à savoir les candidates de la Jamaïque (1ère place), de Sint-Maarten (2ème place) et de la Martinique (3ème place) ainsi que leurs accompagnants.



L'ensemble des candidats du Youth Congress représentant 18 pays de la Caraïbe



LA MARTINIQUE

L'Observatoire : l'analyse et le reporting de l'activité touristique

L'observatoire est aujourd'hui une mission de plein exercice du CMT qui fournit aux opérateurs privés et publics une information touristique fiable et qui assure une mesure régulière de l'évolution des indicateurs statistiques.

Sur la période l'observatoire a fourni des données et des études dont :

- Bilan du tourisme 2017
- Enquête aux frontières 2018
- Recensement des activités touristiques à partir de 2018
- Suivi de la conjoncture touristique
- « Feuilles bimestrielles » de suivi de l'activité touristique de janvier à aout 2018,
- Collecte mensuelle des données de flux aux frontières 2017 (Douanes - Police de l'Air et

des Frontières, SAMAC, professionnels), Plateforme FORWARDKEYS (Estimation et prévision de l'offre de transport aérien).

- L'observatoire participe également à l'amélioration du système d'observation du tourisme

✓ L'observatoire prépare les réunions et préparation des réunions semestrielles du Comité Technique Statistique (CTS), qui rassemble les producteurs et utilisateurs institutionnels et professionnels de statistiques économiques et touristiques. Suivi de la convention de coopération avec l'association ZILEA, Travaux avec la Direction Inter Régionale des Douanes Antilles Guyane (DIRDAG) sur les statistiques de suivi con-joncturel de la plaisance.

<https://www.martinique.org/professionnels/observatoire/chiffres-de-lobservatoire-du-tourisme>

" Bienvenue à l'Observatoire Economique du Tourisme du Comité Martiniquais du Tourisme (CMT)....Les cinq classeurs qui composent l'espace Observatoire entendent fournir du tourisme martiniquais une vision la plus complète possible ... "





LA MARTINIQUE

Quelques données économiques et sociales à retenir sur la période

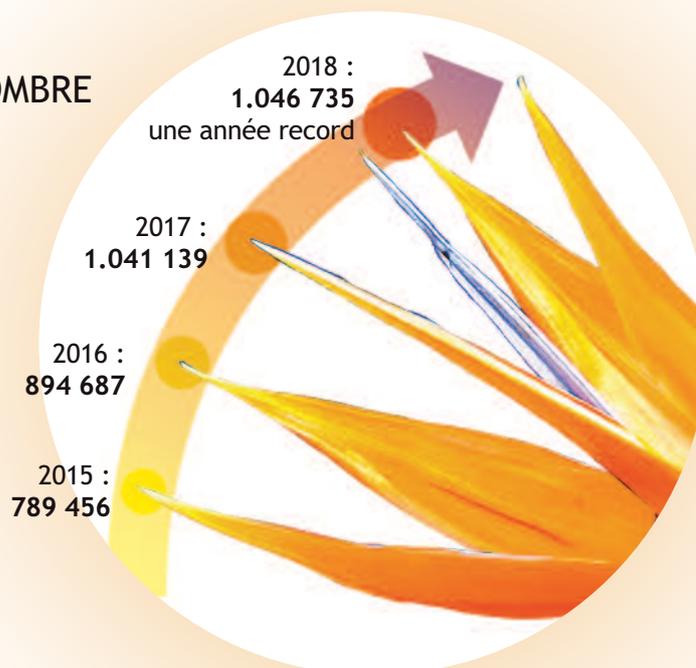
Un bilan global positif en 2018

- Fréquentation en hausse record en 2018 : 1,05 millions de visiteurs pendant l'année (+0,5 % par rapport à 2017 où le million de visiteurs avait été déjà dépassé)
- Recettes touristiques en hausse : 451.4 millions d'€ (+ 6,3 % par rapport à 2017)

Une destination toujours très attractive

- Un chiffre explicite dans ce bilan 2018 : 52 % des visiteurs sont des « REPETERS » : des Touristes qui reviennent, suite à un 1er séjour
- +4,5 % de hausse du tourisme de séjour au 1er trimestre 2019
- La fréquentation de séjour de mars 2019 est la plus élevée jamais atteinte en un mois en Martinique, sur les 30 dernières années

EVOLUTION DU NOMBRE DE TOURISTES



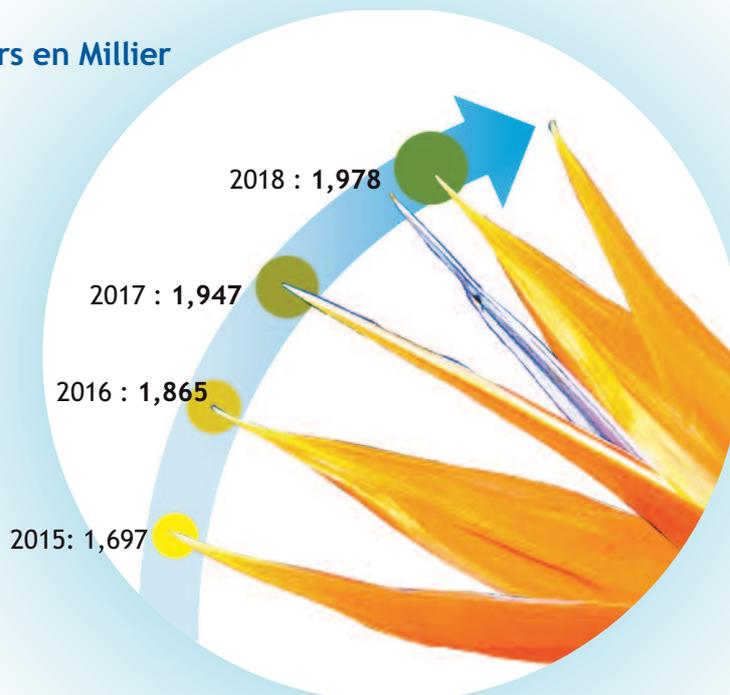
FREQUENTATION TOURISTIQUE DE 2015 à 2018

	2015	2016	2017	2018
EXCURSIONNISTES	259 958	336 952	467 021	464 599
Croisiéristes	241 623	280 631	405 553	392 617
Autres excursionnistes	18 335	56 321	61 468	71 982
TOURISTES	529 498	557 735	574 118	582 136
Séjour	487 365	519 303	535 647	537 391
Plaisance	42 133	38 432	38 471	44 745
TOTAL VISITEURS	789 456	894 687	1 041 139	1 046 735

Source : Observatoire CMT

EVOLUTION DU NOMBRE DE PASSAGERS A L'AEROPORT AIME CESAIRE de 2015 à 2018

Trafic de passagers en Millier



LES ACTIVITES TOURISTIQUES DANS L'ECONOMIE MARTINICAISE en 2018

- L'offre touristique martiniquaise s'appréhende en synthèse via les quelques données ci-dessous :
 - 3 744 établissements qui, pour ceux qui relèvent du fichier Sirene de l'INSEE, représentent 5.4 % de l'ensemble des établissements de la Martinique et 7 % de ceux du secteur des services marchands,
 - 10 144 emplois hors meublés de tourisme, soit 8 % de la population active employée et 18.3 % des effectifs du secteur des services marchands,
 - 8 785 chambres qui totalisent 13 884 lits, ce qui porte la capacité maximale de réception de la Martinique, hors résidence chez des amis et parents, à 1.013 millions de visiteurs sur un an¹.
 - 17 549 tables de restaurants recevant 39 121 couverts,
 - 8 279 voitures de location.
- Le poids de la consommation touristique dans le PIB de 2017 peut être estimé à 6.2 %.

¹Année 2018 " - Observatoire du CMT

Nos projets pour les trois prochaines années 2019 - 2020 et 2021

POUR SUIVRE LA MISE EN ŒUVRE DE NOTRE PLAN D'ACTION TOURISTIQUE

Les 13 et le 14 décembre 2018 nous avons convié à l'institut martiniquais du sport tous les acteurs du tourisme martiniquais à participer et à enrichir la réflexion du CMT sur les enjeux stratégiques, les choix prioritaires, la conception et la mise en œuvre du PLAN D'ACTION TOURISTIQUE (PAT) 2019 et suivantes. L'objectif étant de Co-construire ce PAT sous forme d'ateliers thématiques tournants sur la destination Martinique, sa promotion, la qualité des services, la communication et l'assistance de nos professionnels.

Pour les trois prochaines années nous mettrons en place les orientations retenues à savoir :

- **Développer la desserte aérienne** avec la reconduction du vol direct CONDOR au départ de Francfort. La Martinique étant la seule destination française des Caraïbes à bénéficier d'un vol direct au départ de l'Allemagne. Avec la compagnie NORWEGIAN il s'agit avec la SAMAC de poursuivre nos actions de lobbying en démarche pour assurer le maintien de la desserte existante. Développer une rotation avec le Brésil courant 2019 suite à la rencontre du 3 novembre entre la Présidente du CMT et la compagnie AIR AZUL, pour la mise en place de cette rotation, les bases d'un accord ayant été posées lors d'une première réunion à Top Résa en septembre. Mais aussi nous attèlerons à mettre en place des partenariats avec les compagnies de croisière, pour le développement de vols dédiés pouvant ainsi générer un flux nouveau de touristes de séjour.
- Accroître la notoriété de la destination par de nouvelles campagnes de communication web France, une campagne TV, un programme Ambassadeur. **Et améliorer l'expérience digitale** en poursuivant la mise en œuvre de la stratégie digitale de la destination sur site internet - Réseaux sociaux - Mobile - Bornes interactives - Visites virtuelles.
- **Structurer les filières** à savoir, la structuration des filières hébergement (hôtellerie), le développement du spiritourisme, du tourisme d'affaires, la valorisation des labels qualité (CléVa-

cances, Tourisme & Handicap), le soutien à la création de produits touristiques et le développement de l'accueil des congrès.

Concernant le secteur hôtelier et para hôtelier en concertation avec les professionnels et les organismes bancaires dont l'AFD et la CDC, les ministères concernés, la CTM et l'Europe mais aussi les représentants des salariés du secteur il conviendra d'actualiser et de mettre en œuvre les préconisations des rapports d'études du CMT que sont le "schéma directeur de développement hôtelier et para-hôtelier de la Martinique" réalisé par le cabinet KPMG en 2015 et son "Programme d'actions 2016-2020 - MARTINIQUE COMPETITIVITE TOURISME" réalisé par le cabinet BIGUINE PARTNERS et associés en 2016 et les conclusions de la grande conférence du tourisme organisée par la CTM en 2016. L'objectif étant le développement et la montée en gamme des hôtels et des hébergements para hôteliers.

- **Promouvoir l'écotourisme une orientation stratégique d'avenir**

La mission de développement de l'écotourisme a changé de dimension et compte aujourd'hui sept domaines d'activités ; le Tourisme Durable, l'Écotourisme, le Tourisme de Nature, le Tourisme Vert, la Randonnée Pédestre et les Sentiers de Randonnée Pédestre, le Tourisme Rural et les Activités Terrestres.

La structuration de cette quasi filière se déroulera en collaboration avec les institutions et collectivités publiques et s'appuiera principalement sur des projets en maîtrise d'ouvrage publique.

- **Créer et soutenir l'événementiel en basse saison**, le caractère saisonnier de l'activité touristique en Martinique à l'instar de la plupart des destinations touristiques de la zone caraïbe, demeure un obstacle à un développement harmonieux de l'activité et à la rentabilité des structures économiques. Le Comité Martiniquais du Tourisme travaille à lisser cette saisonnalité en soutenant et en créant pendant la basse saison des événements internationaux attractifs en mettant l'accent sur le marché du MICE.
- **Analyser et évaluer**, il est proposé en complément des activités de notre observatoire, de mener des études opérationnelles (étude marketing, étude sur le marché domestique, étude sur la Plaisance).

POUR SUIVRE LA MODERNISATION DE LA GOUVERNANCE ET DU MANAGEMENT DU CMT

L'objectif est d'être toujours plus efficace dans un secteur hautement concurrentiel et une conjoncture budgétaire et réglementaire de plus en plus contraignante. Il faut impérativement s'adapter, être souple et réactif.

A cet effet la présidence proposera aux administrateurs les chantiers suivants :

- L'actualisation des statuts du CMT qui datent de 2003. Il nous faut tenir compte de la mise en place de la CTM en 2016, et de l'émergence de nouveaux acteurs ces dernières années, c'est le cas de la SAMAC, du Grand Port et d'organisations professionnelles comme l'UMIH. Nous devons également intégrer des évolutions législatives au niveau de la compétence promotion du tourisme suite à la loi Notre depuis le 1er janvier 2017. Cette compétence est dorénavant exercée par les EPCI en lieu et place des communes et de leurs offices de tourisme. CAP NORD, ESPACE SUD et CACEM sont aujourd'hui des interlocuteurs de premiers rangs sur le territoire. L'actualisation proposée devra intégrer ces évolutions.
- L'amélioration de l'organisation de travail et du management interne, parce qu'il convient en permanence de rendre plus efficace l'outil CMT avec les moyens dont il dispose.
- La mobilisation des moyens financiers à la hauteur des défis. Le modèle économique du CMT doit s'adapter aux réalités, il en est de même du secteur touristique. Avec son principal contributeur la CTM une réflexion est à mener pour mobiliser davantage de fonds européens pour nos actions de promotion, d'observatoire, de structuration des filières, de coopération caraïbes (INTERREG) et pour les investis-

sements et la formation favorisant la montée en gamme de nos hôtels et des hébergements touristiques professionnels notamment la dimension environnementale et maîtrise de l'énergie.

- L'amélioration du dialogue social et de la formation en liaison avec les principaux acteurs concernés pour améliorer les conditions de travail de nos salariés et rendre encore plus efficace notre équipe administrative et technique.

OPTIMISER NOS RELATIONS PUBLIQUES ET CONSOLIDER NOS PARTENARIATS

L'efficacité du CMT nécessite une optimisation sans relâche de la qualité de nos relations avec nos fournisseurs et nos partenaires publics et privés. A cet égard, en plus des relations privilégiées du fait de notre statut avec la CTM et avec les organisations socio professionnelles composant notre conseil d'administration, les orientations suivantes sont conformes à notre stratégie 2019/2021 :

- La consolidation des relations entamées avec les comités du tourisme de la Guadeloupe et de la Guyane.
- La formalisation d'un partenariat avec les EPCI, CAP NORD, CACEM et ESPACE SUD qui exerce la compétence promotion touristique sur leur territoire. Ce partenariat pourrait se formaliser par une convention pluriannuelle entre le CMT et chaque EPCI. Ce qui permettrait dans le respect des compétences de chacun d'assurer plus de cohérence et plus d'efficacité dans les actions de promotion touristique de la destination Martinique.
- L'optimisation du partenariat avec ATOUT FRANCE.
- La consolidation des liens avec la CTO. Des actions innovantes et concrètes pourraient être imaginées ensemble avec les responsables de la CTO et portées par le CMT dans le cadre du programme INTERREG CARAIBES.

HOMMAGE A PHILIPPE JALTA

Philippe nous a quittés en janvier 2019 à l'âge de 50 ans. Ingénieur du génie civil conservatoire national des arts et métiers il a été comme cadre détaché, notre directeur du développement au CMT après avoir exercé comme directeur général adjoint à la mairie de Schoelcher chargé des services techniques et de l'environnement.



NOS REMERCIEMENTS

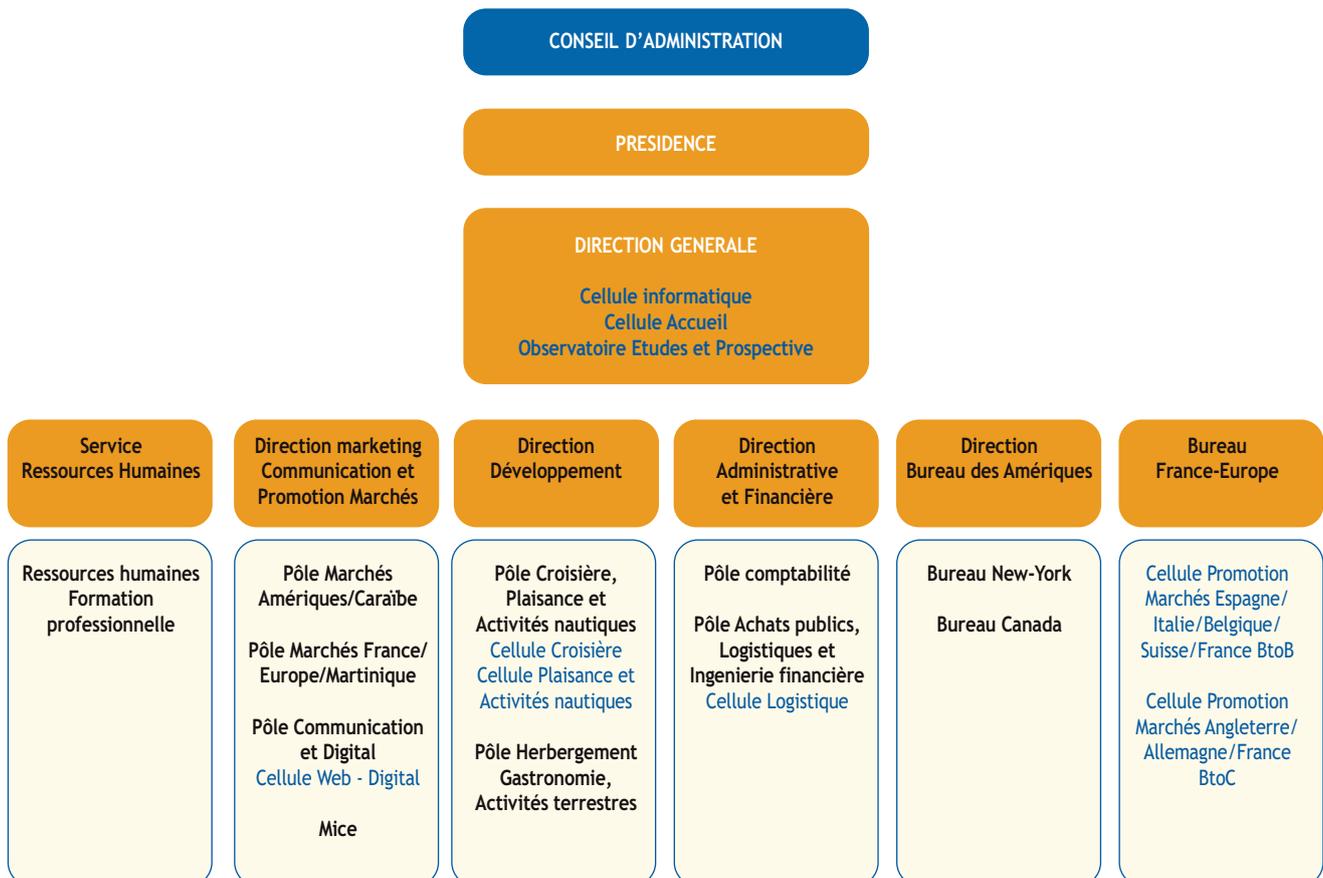
A Madame Angèle OZIER, agent de Maîtrise - Chargée d'actions de Promotion - ODTM - recrutée à l'ODTM le 01-08-75 - retraitée du CMT le 31-12-18. **Merci pour ces 42 années au service du tourisme**
A Madame George VERNES, cadre - Coordinatrice Marchés - recrutée à l'ODTM le 01-01-79, retraitée du CMT le 31-12-18. **Merci pour ces 39 années au service du tourisme.**

Une équipe auprès des professionnels du tourisme

Nous avons mis en œuvre un nouvel organigramme qui traduit un plus grand engagement auprès des professionnels du tourisme. Il a été créé sept pôles dont certains sont organisés en cellules spécifiques afin de garantir à chaque

professionnel du tourisme un niveau d'écoute, d'échange et d'expertise personnalisée. ajouter après personnalisée. Pour une meilleure efficacité des actions, il a également été organisé des pôles et des cellules par marché.

ORGANIGRAMME FONCTIONNEL DU CMT



DIRECTION - BUREAU DES AMERIQUES



Retrouvez les noms et fonctions sur le TROMBINOSCOPE du CMT - <https://martinique.clicface.fr/trombi>

BUREAU-FRANCE-EUROPE



Retrouvez les noms et fonctions sur le TROMBINOSCOPE du CMT - <https://martinique.clicface.fr/trombi>

EQUIPE DU CMT AU SIEGE MARTINIQUE



Retrouvez les noms et fonctions sur le TROMBINOSCOPE du CMT - <https://martinique.clicface.fr/trombi>



LA MARTINIQUE

Des moyens financiers constants

La collectivité territoriale de la Martinique a pris naturellement le relais du Conseil général et du Conseil régional à partir de l'exercice budgétaire 2016.

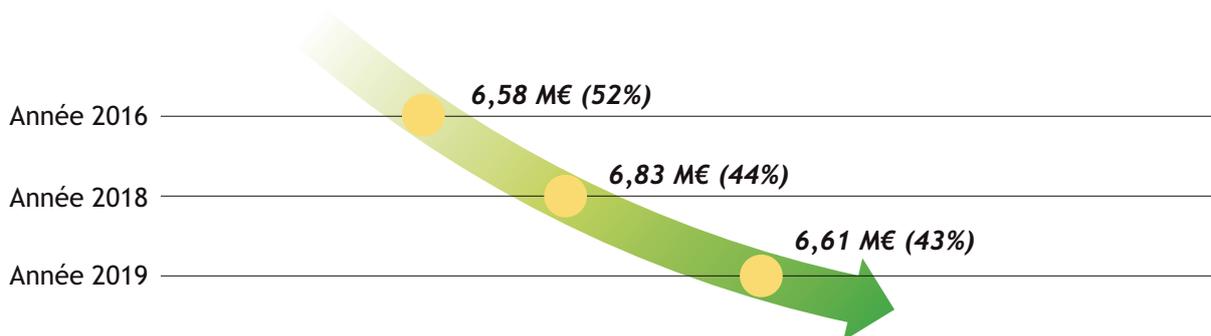
La CTM est le principal financeur du CMT, son "bras armé" pour le tourisme.

Sur la période 2016 / 2019 le budget annuel alloué par la CTM au CMT représente en moyenne 82,7 % du budget. Le budget total est sur la période de 15 M€ en moyenne annuelle.

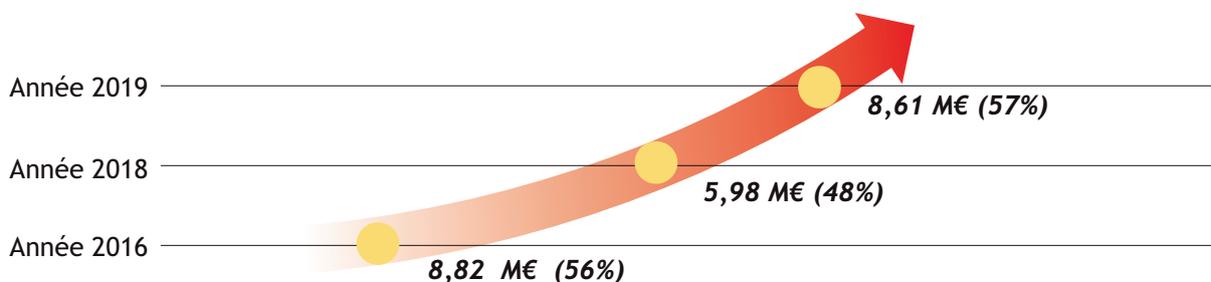
Les autres produits d'ordre qui constituent le deuxième poste de recettes avec 15,7 % en moyenne sont essentiellement constitués des reprises des excédents dégagés sur les années antérieures

Les sommes allouées sont affectées **aux actions de promotion** qui sont passées de 48% du budget total en 2016 à 57 % en 2019. Et **aux dépenses de fonctionnement courant** qui sur ces années ont diminué de 52% à 43 %.

PART DES DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT DANS LE BUDGET ANNUEL



PART DES DÉPENSES ACTIONS DE PROMOTION TOURISTIQUES DANS LE BUDGET ANNUEL



Source comptes administratifs 2016 et 2018 - Budget primitif 2019

Nos principaux partenaires

Un clin d'œil et nos remerciements à nos principaux partenaires publics et socio - professionnels illustrés ici par leurs LOGOS.



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE



Communauté d'Agglomération du Pays Nord Martinique



Communauté d'Agglomération du Centre de la Martinique

