

[Accueil](#) > [Destinations](#) >

## La Martinique dans les starting-blocks pour la haute saison

Par Stéphane Jaladis

Le Sep 22, 2022

DESTINATIONS FRANCE

Le Comité martiniquais du tourisme aborde la prochaine saison 2022-2023 avec le sourire grâce à la hausse des capacités aériennes et au bon rythme actuel des ventes. Sans oublier le retour des croisiéristes, depuis maintenant trois semaines.



Bénédicte di Géronimo, la présidente du Comité martiniquais du tourisme, à l'IFTM 2022 © Stéphane Jaladis

Pour positionner la Martinique à l'approche de la haute saison, Bénédicte di Géronimo a choisi mardi d'évoquer « la qualité » d'une destination « qui tient ses promesses ». Lors d'une conférence de presse en marge du salon IFTM, la présidente du Comité martiniquais du tourisme a ensuite rappelé les atouts de l'île antillaise, le balnéaire bien sûr mais aussi la nature et la biodiversité, l'histoire avec la destruction de Saint-Pierre en 1902, la culture, le nautisme et les événements. Avec la prochaine transat Jacques Vabre en ligne de mire.

La quête de la qualité passe par l'ouverture de nouveaux établissements moyen et haut de gamme. Ainsi les 36 appartements du Domaine de l'Anse Mitan aux Trois-Îlets et les 45 de la résidence 4\* Poséidon Caraïbes. En attendant, au premier trimestre 2023, le Sable Bleu, un boutique hôtel 4\* de 16 chambres design sur le thème de l'art situé sur la commune du Marin.

Des rénovations ont également été opérées dont le village Pierre & Vacances de Sainte-Luce, l'hôtel Diamant Les Bains... D'autres projets sont en cours, notamment pour transformer l'ex-Méridien, mais aussi des appels à projet en vue de la reprise des anciens hôtels des Trois-Îlets et Marouba au Carbet. Le montant des investissements pour rénover ces deux derniers est respectivement de 20 et 50M€.

## Un hiver qui se présente sous les meilleurs auspices

Côté chiffres justement, l'île a accueilli quelque 320 000 voyageurs entre janvier et juillet, soit une hausse de 21% en comparaison avec 2021. « Cela représente toutefois encore une baisse de 11% sur 2019 », pointe Gaëtan Paderna, le directeur marketing, communication et promotion du Comité martiniquais du tourisme. Il se veut optimiste pour le second semestre qui affiche à ce jour une hausse de 10,3% des nuitées comme des réservations dans les agences de voyages. « L'offre en sièges des compagnies sur la période est en augmentation de 31% », ajoute-t-il. Et de détailler le plan de vols avec 21 vols hebdomadaires pour Air France et Air Caraïbes, et 14 pour Corsair qui se positionnera aussi au départ de Nantes avec un vol semaine les jeudis à compter du 15 décembre.

« Nous poussons aussi la diversification des marchés avec des dessertes de Charleroi, Miami, Montréal et Saint-Domingue », ajoute Gaëtan Paderna. L'aéroport Aimé Césaire du Lamentin poursuit d'ailleurs ses travaux de rénovation et d'extension dont l'achèvement est prévu l'année prochaine. L'équipement disposera alors d'une capacité de 2,5 millions de passagers par an.

Pour soutenir les ventes et remplir les appareils, la Martinique va engager en novembre une campagne de communication d'un montant de 1,8M€ avec un focus sur les grandes chaînes de télévision. Les responsables ont également souligné le redémarrage timide de l'activité MICE, l'île étant plutôt adaptée aux événements réunissant de 200 à 300 participants. La reprise le 4 septembre des croisières est aussi un motif de satisfaction. « Plus de 200 escales sont programmées, à la journée ou en tête de ligne », précise ainsi la présidente. De quoi espérer « revenir au plus près possible des chiffres de 2019 », soit à l'époque 590 000 personnes en tourisme de séjour.

## Une image plus nature avec l'éventuel classement de la Montagne Pelée par l'Unesco

Pour réussir son rebond touristique, la Martinique espère qu'aucun événement ne viendra assombrir la saison hiver, à l'image de la tempête tropicale Fiona qui a traversé sa voisine guadeloupéenne ou des algues brunes des sargasses. « Nous avons pris la gestion de ce phénomène à bras le corps. Il a été intégré dans la gestion globale de notre territoire. L'option retenue est d'opérer le ramassage des algues en mer afin d'éviter l'envahissement des plages, explique Bénédicte di Géronimo. La Martinique n'est toutefois pas la seule destination. Confidentialité

Caraïbes confrontée à ce phénomène ». Positive, elle préfère mettre en avant la réponse d'ici la fin de l'année de l'Unesco concernant le classement au Patrimoine de l'Humanité de la montagne Pelée et des Pitons du Nord. « Cela représenterait un atout touristique indéniable pour la Martinique avec lequel nous espérons attirer davantage de visiteurs », a-t-elle conclu.

---

## Question de profil

Le profil des visiteurs martiniquais a été défini dans les moindres détails par le Comité martiniquais du tourisme. 71% viennent de métropole. L'âge moyen de ceux-ci est de 45 ans. La durée de séjour s'élève en moyenne à 11 jours (8 pour les hôtels). Le balnéaire est le motif principal de voyage, à 70%. Les dépenses moyennes s'élèvent à 800€ hors coût du transport aérien.

[Comité Martiniquais du Tourisme](#)[destinations](#)[France](#)[Martinique](#)

---

[Mentions Légales](#) [Politique De Confidentialité](#) [Contacts](#) [Publicité](#) [Service Abonnement](#)

[Eventiz Media Group](#) [Deplacements Pros](#) [TOM.Travel](#) [Emploi Tourisme](#)

---

© 2023 - Eventiz Media Group : Tous droits réservés.