

Tiercé, Quarté +,
Quinté + à Longchamp

LIRE EN PAGE 14

Michel Leeb en
unique ce soir

LIRE EN DERNIÈRE

Mercredi
23 juin 1993

N° 7940
29^e année

4,20 F

FRANCE-

LE QUOTIDIEN D'INFORMATIONS

Une avenue et un stade Georges Gratiant

*Le stade Place
d'Armes s'appelle
désormais stade
Georges Gratiant.
Une avenue porte
aussi son nom.
Le Lamentin
a scellé hier
le nom de son
ancien maire dans
son histoire.*

LIRE EN PAGE 11



Tourisme: la Martinique multiplie les opérations

*Depuis le début de l'année, l'Office
départemental du tourisme de Martinique
se bat sur tous les fronts. L'île vante
ses mérites dans les salons et les foires
internationales, organise des tournées
professionnelles, accueille des
journalistes et des agents de voyages
français et étrangers. Jacques Guanel,
directeur de l'Office, tire un premier
bilan.*

LIRE EN PAGE 7

ET AUSSI...

IMMIGRATION

Balladur met fin à la
polémique dans la majorité

SOMMET DE COPENHAGUE

Les Douze ont tout fait
pour relancer l'Europe

LIRE EN INFORMATIONS GENERALES

SPORTS

VOILE

Le premier trophée
du Marin

RUGBY

Nouvelle défaite:
du XV de France

ATHLETISME

Les championnats
sénieurs



Autorisation municipale n° 501

30 cm
40 cm
40 cm sur pied
30 cm Box Fan

VENTILATEURS

Plafonnier

3 pales 4 modèles de 90cm à 140cm
295F à 450F

4 pales 9 modèles de 90cm à 130cm
395F à 475F

Grand luxe 130cm + lustre
695F

La Martinique sur tous les fronts



Le stand de la Martinique à la Foire de Paris.

Dans le cadre de sa mission de promotion de la destination Martinique, l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique a réalisé au cours des six premiers mois de l'année 93, une pléiade d'actions, salons et foires, tournées professionnelles, accueils de journalistes, éducteurs d'Agents de voyages, etc... visant à renforcer la présence du département sur les différents marchés émetteurs de touristes.

C'est au cours d'une réunion, le 28 janvier dernier, à laquelle l'organisme avait convié les professionnels martiniquais du Tourisme, que les grandes lignes de cette politique promotionnelle ont été arrêtées.

L'ensemble des participants s'était entendu pour convenir de l'impérieuse nécessité, face à une concurrence de plus en plus dynamique, d'assurer une présence constante de la destination Martinique sur les marchés.

De plus, afin d'optimiser les retombées de toutes les opérations promotionnelles, il avait été convenu de mener des actions complémentaires telles que les démarchages, l'envoi de communiqués de presse ou les opérations de relations publiques réalisées par les antennes extérieures.

Salons et foires

Grands rendez-vous touristiques par excellence, qu'ils soient grand public ou professionnel, les salons sont des opérations incontournables.

La présence de l'office depuis de nombreuses années déjà sur l'ensemble de ces grandes manifestations, qu'elles aient lieu en France, en Europe, au Canada ou aux Etats-Unis, permet d'entretenir des contacts mais aussi d'établir de nouvelles relations (nouveaux segments de marchés ou circuits de commercialisation).

Ces rendez-vous offrent également l'opportunité de ressentir les évolutions ou nouvelles attentes des professionnels du voyage et de la clientèle en matière de produits touristiques.

Depuis le début de l'année, la Martinique a ainsi été présente : au Top Réta Paris (7-8 février), au B.I.T. Milan (26 février, 7 mars), à l'I.T.B. Berlin (7-12 mars), à l'Ecoprise Paris (30 mars-1er avril), à la Foire de Paris (29 avril - 9 mai), au S.M.T.V. Paris (10 au 15 mars), au T.U.R. à Götting (24 au 27 mars), au Seatrade à Miami (10-14 mars), au Travel Leisure Show de Toronto, aux Workshops de la C.T.O. sur l'ensemble des U.S.A.

Les différentes participations qui demandent d'importants investissements financiers (location de stand, décoration, etc...) en matériel promotionnel (brochures, et affiches) et en per-

sonnel sont aussi l'occasion de mettre en avant certains atouts de la richesse patrimoniale culturelle (présence d'un orchestre), artisanal (bijoux créoles, marchandise de produits locaux), culinaire ou floral.

D'ici à la fin de l'année, l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique a prévu dans son Plan d'Actions Commercial (P.A.C.) de participer à un certain nombre de salons et peut citer entre autres : le Top-Réa Deauville du 30 septembre au 3 octobre, le T.T.W. Montreux du 28 octobre au 1er novembre), le B.T.F. Bruxelles du 25 au 27 novembre, le Salon Nautique de Paris du 3 au 13 décembre, le Salon Mondial du Tourisme et du Voyage à Montréa.

Les professionnels martiniquais sont cordialement invités sur les stands Martinique afin d'y prendre leurs rendez-vous ou de diffuser leur documentation à distribuer. Car si est vrai que tous les salons ne sont pas forcément les lieux de signature de contrat, ils constituent une excellente amorce en terme de contact.

Tournées professionnelles

Réalisée du 2 mars au 2 avril, elle a permis à l'édélégation martiniquaise (17 participants) de rencontrer les professionnels du voyage (Tour Opérateurs et Agences) lors des workshops-cocktails offerts à Strasbourg, Lyon, Marseille, Toulouse et Paris.

La tournée promotionnelle, opération menée par l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique depuis de nombreuses années répond visiblement, si l'on en juge par le nombre de participants, aux besoins qu'ont les professionnels de mieux se commercialiser.

Par ailleurs, l'étape nouvelle - Sabourg - bien qu'il s'agisse d'une ville moins importante (nombre d'Agences de Voyages) est très fructueuse et appréciée des professionnels. D'où l'irée d'une autre tournée - à savoir le Top Réta Deauville - à savoir comme un objectif des villes moyennes dans une même région (Rhône-Alpes, Ouest Côte d'Azur).

Enfin grâce au partenariat de la Compagnie Air France pour les billets et de professionnels locaux sur l'hébergement, et

ficé à offrir des séjours en Martinique lors de tombolas réalisées dans les différentes villes.

Accueil, presse et éducteurs

Qu'il s'agisse de voyages individuels ou de groupes, les accueils de Journalistes - Presse, Radio et Télévision - et les Educteurs d'Agents de voyages et Tour-Opérateurs sont des opérations importantes qui impliquent la collaboration des professionnels locaux (Compagnies aériennes, hôtels, réceptifs, transporteurs, loueurs de voitures, restaurants, prestataires divers) et dont les retombées en termes de promotion et de commercialisation de la destination sont excellentes.

Depuis le début de l'année, l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique a déjà reçu plus d'une centaine de journalistes venant de France, d'Allemagne, de Belgique, de Suède, des Etats-Unis, du Canada et appartenant à des journaux professionnels (L'Officiel du Tourisme, Bancs d'Essais), ou grand public (Gault Millau, le Figaro, Currents, Brides Magazines) à des radios (R.F.I., radio Suédoise), à des télévisions (France 2, Télévision autrichienne).

Et si certains viennent en Martinique pour un reportage général sur l'île, on constate de plus en plus que ces professionnels se déplacent pour réaliser un sujet spécifique (la cuisine, les bijoux créoles, les habitations, etc...) ou pour couvrir un événement qu'il soit sportif ou culturel.

En ce qui concerne les Agents de voyages, le chiffre de 100 est lui aussi largement dépassé puisque entre le milieu du mois de mai et la fin juin, l'Office du Tourisme a reçu plus de dix voyages de familiarisation de dix à seize agents de voyages venant de France, de Suisse, d'Allemagne et des Etats-Unis.

De cet ensemble, on pourra sortir trois opérations : un Educteur d'Agents de Voyages Américain initié par la C.T.O. et la de la Caraïbe sur le marché U.S.A. ; un Educteur d'agences françaises spécialisées dans l'Incentive ; un Educteur de Tour Opérateurs Allemands en coopération avec la Maison de la France France réalisé dans le cadre d'actions promotionnelles sur les marchés européens.

Au cours de ces voyages de familiarisation, un workshop a été institué afin de permettre aux professionnels martiniquais - en particulier à ceux qui n'avaient pu être inclus dans le programme de visite - d'avoir l'opportunité de les rencontrer et



La visite du ministre du Tourisme, Bernard Bosson.

de leur présenter leurs produits.

Mailing et démarchages

Ces opérations réalisées par les différents bureaux extérieurs de l'Office sont essentielles car elle permettent de maintenir un « contact permanent » entre la destination Martinique et les professionnels du voyage. Ainsi en début d'année, un mailing important a été réalisé avant la tournée professionnelle en France.

Sur les Etats-Unis, les mailings ont été réalisés pour promouvoir les grandes manifestations inscrites au calendrier tandis que les démarchages ont permis de mieux faire connaître le vol charter direct New-York/Fort-de-France et les packages mis en place.

En ce qui concerne l'Europe, et plus particulièrement les pays nordiques - Suède, Norvège, Finlande - il faut noter l'important travail de démarchage - présentation de la destination, remise de dépliants et affiches - réalisé depuis un an par le représentant commercial.

Actions complémentaires

En plus de toutes ces opérations programmées dans le Plan d'Actions Commercial l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique réalise également un certain nombre d'opérations ponctuelles - liées à un événement - qui apporte son soutien à une manifestation en tant que partenaire.

Pour mémoire, on citera pour le début de cette année 93 : le petit-déjeuner « Martin Bonheur » réalisé dans le cadre de l'émission télévisée France 2 consacrée à la Martinique ; participation à la présentation de la brochure Chorus Été, le sponsoring du bal annuel de la C.T.O. (Caribbean Tourism Organisation) à New York ; le stand Martinique au Congrès des Chauffeurs de Taxis à Amiens afin de présenter l'île ou aura lieu le Congrès 94 ; partenariat avec le bateau « Destination Martinique » qui participera au Tour de France à la Voile ; soutien apporté à plusieurs groupes artistiques invités à représenter la Martinique dans différents festivals ; participation à une exposition sur les Antilles Françaises réalisée dans le hall du Parlement Européen ; partenariat avec le groupe « Archipel » pour l'opération « Prix de la Pagerie » visant à récompenser le meilleur article de presse sur l'île ; aides logistiques ou financières apportées à différentes manifestations locales.

Malgré certaines difficultés budgétaires qui ont obligé l'of-

ficé à renoncer à tenir « Martinique Tourisme Expo », ainsi qu'aux campagnes Antilles Françaises et Martinique, l'Office Départemental du Tourisme de la Martinique a fait le maximum afin d'assurer une présence active de la destination sur les différents marchés émetteurs de touristes.

Les premières estimations statistiques fournies par

l'A.R.D.T.M. (Agence Régionale pour le Développement du Tourisme à la Martinique) pour les quatre premiers mois de l'année 1993 (+15% en clientèle séjour, +10,8% en croisière) incitent ses responsables à poursuivre dans cette voie.

D'ici à la fin de l'année, l'organisme a donc déjà programmé un certain nombre d'opérations promotionnelles de la destination Martinique.



L'île aux fleurs présente en Norvège.

EN BREF

FORMATIONS CROIX-ROUGE

Le Centre de formation Croix-Rouge offre les formations suivantes : Garde de personnes âgées. Préparation au C.C.A. (Certificat de capacité d'ambulancier). Préparation au concours d'entrée aux écoles d'infirmières. Pour tous renseignements : Centre de Formation Croix-Rouge, 33 rue Carlos Finlay, Ermitage, Fort-de-France, Tél. 60.47.10.

PRETS D'HONNEUR DERNIER DELAI

Le président du Conseil Général de la Martinique rappelle aux élèves, aux étudiants et à leurs parents que la date limite de dépôt des dossiers de Prêts d'Etudes Supérieures est fixée impérativement au 30 juin. En conséquence, aucun dossier ne sera accepté après cette date. Seuls les dossiers complets peuvent être déposés au Conseil général.