



Jocelyn Kwok, Chief Executive Officer de l'AHRIM

Une année d'enseignements

Avec un retard de 1,2% dans les arrivées du premier trimestre et la timide croissance de 0,4% de mars à septembre, le bilan de l'année était prévisible : 2019 ne devrait pas être différent de 2018.

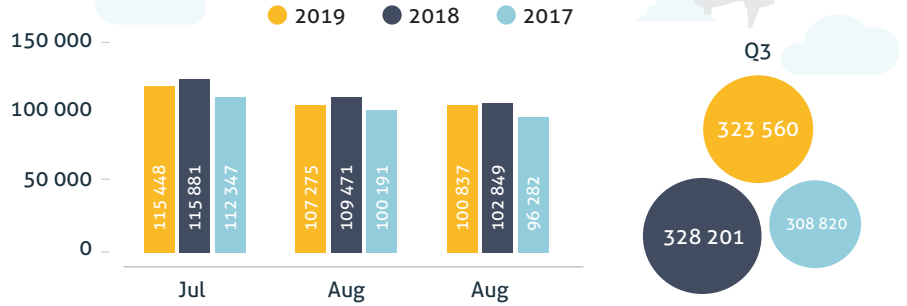
De nos principaux marchés, c'est la France qui sauve la mise, un marché qui reste très en avance sur les autres. Mais la stratégie de diversification paie : l'Arabie Saoudite affiche une augmentation de 41% par rapport aux dix premiers mois de 2018. Côté recettes touristiques, une chute de l'ordre de 0,8% est à prévoir, une projection somme toute attendue. Le nombre de sièges d'avion disponibles est en baisse ainsi que le nombre de passagers. Le Load Factor moyen, tous porteurs confondus, baisse aussi (de 74,8% en 2018 à 74,5%). Baisse également du taux moyen d'occupation des chambres (de 75% à 71% probablement pour l'année) pour un parc de chambres quasiment inchangé.

Il ne faut pas baisser les bras, mais s'appuyer sur ce constat pour affiner notre stratégie et viser le moyen terme.

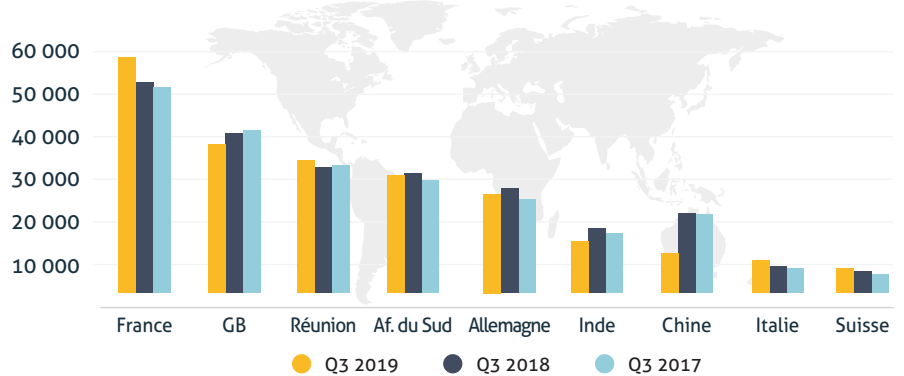
Premièrement, être plus agressif face à la concurrence. Est-ce normal que Maurice n'ait absorbé aucun des 390 000 touristes que le Sri Lanka a perdus cette année dans les circonstances que l'on connaît ? Deuxièmement, investir mieux dans la diversification. Cette stratégie ne fonctionnera que si nous y mettons les moyens. Malgré les efforts en promotion et au niveau aérien, l'Inde et La Chine déçoivent toujours. Il faut en faire plus. Et mieux surtout. L'effort fourni pour ces marchés émergents reste bien lourd à côté du coût d'acquisition d'un touriste supplémentaire de France ou de la Réunion. Troisièmement, accentuer nos efforts autour de la stratégie Maurice 365. Créons d'autres « saisons fortes » en mettant en synergie les différents atouts du pays qui seuls n'ont pas le pouvoir d'attraction du golf ou du kitesurf.

Les défis restent grands. Sur le plan de l'aérien notamment. Avec la stratégie de croissance d'Air Austral et sa coopération avec Air Madagascar, il faut s'attendre à des conséquences sur le nombre de transits et de vols d'Air Mauritius au départ de Maurice. Face à chaque demande d'une ligne aérienne étrangère pour desservir Maurice, le pays doit déterminer une solution qui ne fragiliserait pas sa compagnie nationale. Une fragilisation qui risque de perdurer tant qu'elle ne sera pas clairement expliquée aux décideurs.

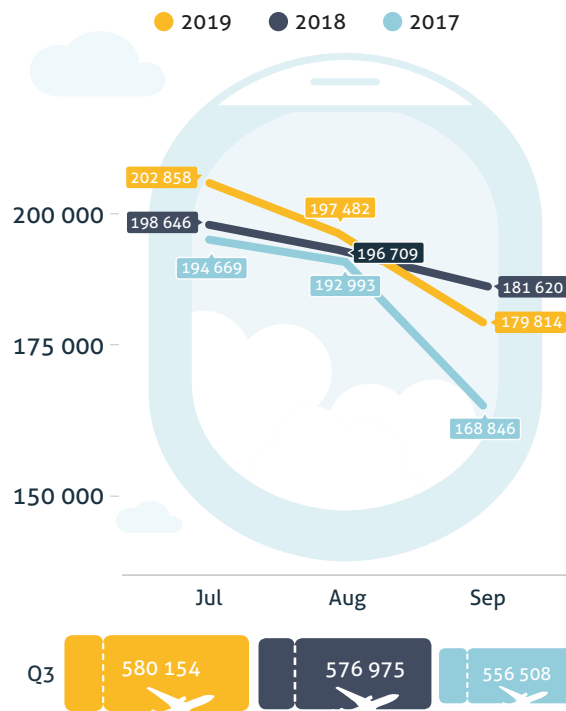
ARRIVÉES TOURISTIQUES



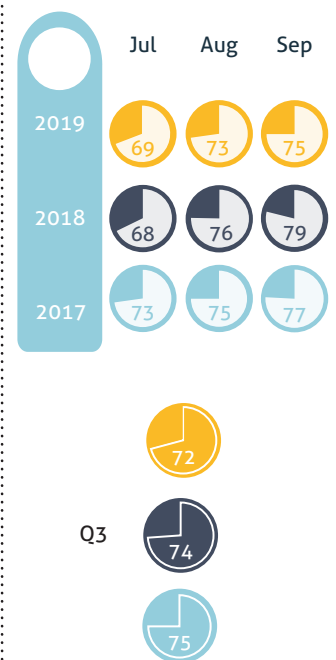
ARRIVÉES EN PROVENANCE DES PRINCIPAUX MARCHÉS



SIÈGES AÉRIENS DISPONIBLES



TAUX D'OCCUPATION DES CHAMBRES (%)



RECETTES PAR MOIS (EN MILLIONS DE RS.)

