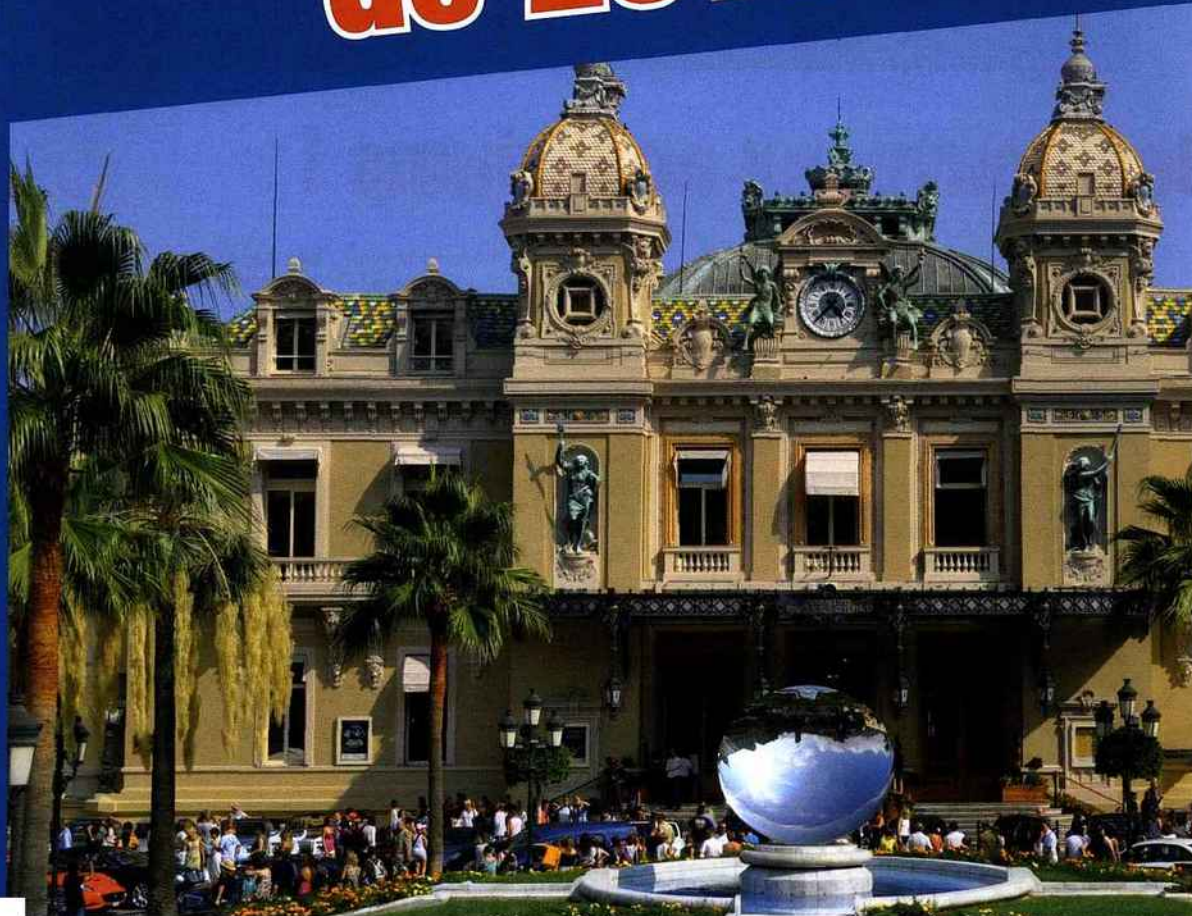


 dossier

TOURISME

Sur la lancée

de 2013



Les années se suivent mais ne se ressemblent pas toujours. En janvier/février 2013, le tourisme monégasque avait démarré sur les chapeaux de roue grâce à deux congrès très importants, un début d'année exceptionnel qui n'a pu être dupliqué en 2014. Mais mars a confirmé une tendance favorable marquée par le succès unanimement reconnu de l'Anti Aging Me-

decine World Congress au Grimaldi Forum tant pour les espaces loués que par le nombre de visiteurs. Avril s'annonçait aussi - même si les chiffres ne sont pas définitivement connus - comme un très bon mois avec Top Marques, Wima et surtout l'affluence observée au Monte-Carlo Rolex Masters tandis que les deux Grands Prix historique et F1 laissent prévoir un excellent mois de mai.

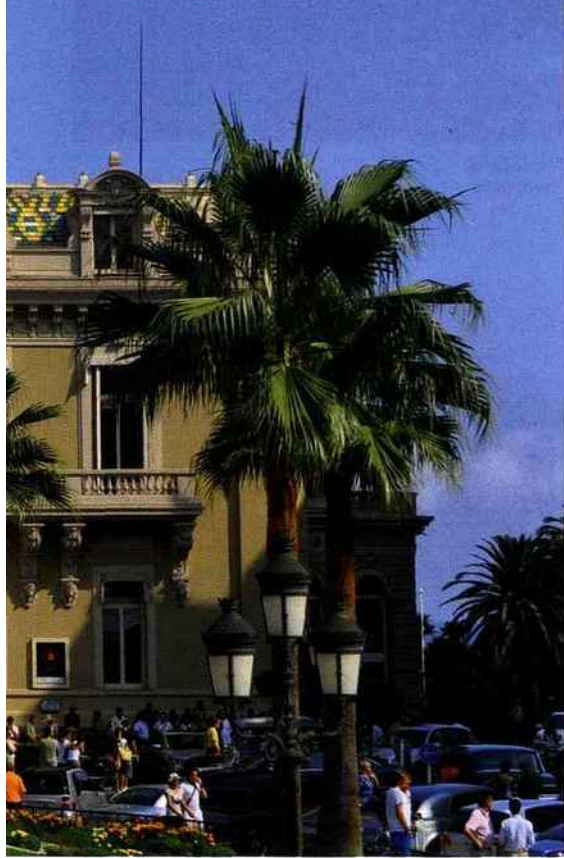
“ Les deux Grands Prix historique et F1 laissent prévoir un excellent mois de mai. ”

L'effet du ramadan

Les tendances des années précédentes se confirment donc permettant d'anticiper une bonne année 2014 avec cet été un début du ramadan le 30 juin lequel ne manquera pas d'impacter les fréquentations de cette période.

Depuis la baisse enregistrée en 2009, la reprise de l'activité touristique n'a cessé de se confirmer d'année en année. Quelques

Le tourisme monégasque confirme sa reprise. Après de bons résultats l'an dernier, 2014 se présente sous des auspices favorables tant pour les loisirs que pour les congrès avec des manifestations importantes. Les visiteurs viennent de provenances très diverses avec une forte progression de la clientèle russe et un retour des Américains. De nouvelles initiatives sont prévues cette année pour attirer Chinois, mais aussi Australiens, Néo-Zélandais...



« bien morne », selon les termes de la direction du Tourisme en raison d'une météo défavorable en début de mois et du ramadan qui avait eu un effet de freinage sur juillet (10 juillet/7 août) suivi d'un rattrapage partiel sur août avec notamment un nombre important de clients de l'hôtellerie en provenance des Emirats Arabes Unis.

Sinon, qui sont-ils ces clients de l'été ? On observe de fortes variations d'un mois sur l'autre. Si Français, Américains, Britanniques, Russes et Italiens forment le peloton de tête, les Américains constituent le premier contingent en juillet tandis qu'en août les Russes l'emportent très largement. Les autres nationalités les plus présentes sont les Suisses, les Allemands, les Australiens, les Ukrainiens et les Belges.

Une clientèle à « forte contribution »

Cela dit, si l'on agrège certaines clientèles, Russes, Ukrainiens et Kazakhes constituent le premier groupe de visiteurs devant les Américains du Nord (Etats-Unis et Canada). Des clientèles, comme le souligne la DTC, « à forte contribution » comme celles des Emirats ou d'Australie alors que les Français ou Italiens (respectivement troisièmes et cinquièmes) enregistrent une baisse de la dépense moyenne lors des séjours touristiques à l'étranger. Cette accélération du nombre de visiteurs russes on l'observe même à l'occasion d'événements récents comme le dernier congrès

Anti-âge puisqu'ils étaient 1 200 sur un total enregistré de 8 000. Rien d'étonnant donc si la principauté fait porter ses efforts sur la Russie et prépare l'année 2015 avec le plus grand soin. Si le nombre de résidents russes est en forte progression, celui des touristes l'est tout autant.

Les priorités du Tourisme monégasque

La Chine figure aussi parmi les priorités du tourisme de la principauté ce qui explique l'organisation avec plusieurs institutions monégasques d'un déplacement en juin prochain dans l'Empire du Milieu. Une clientèle pour qui la présence de restaurants lui offrant sa cuisine est quasiment un impératif, en cela le MayaBay, le Buddha Bar et bientôt le Song Qi constituent, selon Guillaume Rose, un réel atout.

Si la gastronomie japonaise est, elle aussi, bien représentée (y compris au MayaBay), le directeur du Tourisme regrette en revanche l'absence d'un restaurant indien de prestige alors qu'une grande manifestation est organisée en septembre dans un palais de Mahadja pour stimuler cette clientèle.

Autre cible très importante dans cette partie du monde, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Sydney, Melbourne et Auckland sont aussi au programme de septembre dans le cadre d'un déplacement prestigieux organisé par Atout France pour Monaco. Alain Ducasse sera à l'honneur et l'Hôtel de Paris sortira de ses caves les flacons les plus

chiffres en témoignent. Ainsi, dans la grande hôtellerie, le revenu par chambre disponible a encore progressé de 3,5% l'an dernier. En été, juin 2013 avait été remarquable avec une très forte présence de la clientèle affaires mais aussi une excellente fréquentation de la clientèle loisirs. Août avait été un mois record avec un taux d'occupation frôlant les 87% et un Revpar de 368 euros. Juillet avait été en revanche



Monte-Carlo Beach Hotel

prestigieux pour la première exposition des Caves de l'Hôtel de Paris de l'histoire. Tout ceci avec le soutien du consul de Monaco en Australie, Andrew Cannon qui vient d'ailleurs participer au Grand Prix historique.

Mais la DTC, avec ses partenaires, reste présente sur tous les fronts. Fin mai/début juin, toujours avec Atout France, est prévu un déplacement en Turquie et en Bulgarie. En juillet, une présentation sur le thème de l'innovation à Monaco au Petit Palais à Paris. Octobre a été choisi pour visiter l'Allemagne et le Kazakhstan.

Bientôt au Brésil

La direction du Tourisme poursuit donc activement ses efforts entre-

pris depuis de nombreuses années sur l'ensemble de la planète. Des démarches sont d'ailleurs en cours pour l'ouverture d'un bureau au Brésil.

Mais Guillaume Rose se plaît aussi à souligner que cette action n'a de sens et n'est possible que dans

Déplacement de la DTC en Inde.



l'optique d'une action au service de l'intérêt général de la principauté et de ses différents acteurs qui, de leur côté, sont toujours coopératifs qu'il s'agisse bien sûr du Grimaldi Forum et des hôtels mais aussi du Musée océanographique, de l'ACM, du Yacht Club voire de la mairie pour n'en citer que quelques-uns. Cette action revêt aussi des aspects divers avec, par exemple, les stages de formation organisés pour les futurs agents de la Sécurité publique au bureau d'accueil de la DTC ou encore la formation dispensée aux agents d'accueil de l'office de tourisme de Beausoleil sur la destination Monaco pour leur faire mieux connaître les structures hôtelières ou les grands événements annuels

CROISIÈRES : 96% EN HAUT DE GAMME

L'an dernier, la fréquentation du port par les bateaux de croisière s'est fortement accrue puisque le nombre de « jours-escales » qui correspond aux jours de présence a progressé de 25% (de 195 à 243). La tendance au haut de gamme s'est confirmée avec une part de marché de 96% contre 91% l'année précédente, le tout dans un contexte de rééquilibrage entre le luxe (56% contre 60%) et le premium (40% contre 31%).



En nombre de passagers, l'augmentation (8%) est moins sensible ce qui, explique la direction du Tourisme, est dû aux infrastructures mises à disposition des croisiéristes dans le haut de gamme, ce qui présuppose de plus petits bateaux que dans le moyen de gamme.

Les ressortissants des pays de l'Union européenne en forte hausse représentaient la moitié (49%) des passagers tandis que ceux des États-Unis et du Canada voient leur nombre fléchir légèrement en raison de la politique de certaines compagnies à fortes clientèles américaines de créer davantage d'itinéraires hors-Europe.

organisés en principauté. Le succès de la politique de tourisme de la principauté impose en effet une bonne synergie avec le voisinage en particulier les hôtels des villes voisines (dont le Marriott) souvent précieux pour satisfaire une partie de la clientèle qui ne trouve plus de place à Monaco pendant les congrès ou les grandes manifestations.

Congrès : les secteurs qui dominent

Dans les congrès organisés en principauté, quels sont les secteurs dominants ? Sans conteste la pharmacie et le médical avec une part de marché proche de 19% l'an passé (calculé en nuitées) devant l'informatique, les télécommunications et la techn



© DR Le congrès Anti-Aging

“ La DTC, rien quelque peu d'une année sur risme de loisirs où les réservations

Si ces chiffres ou ces positions va- les fronts. ” effet meilleure que dans le tou- aussi, s'averer très favorable pour la principauté. ● [Web METTEY](#)