



Rédigé par Geneviève BIEGANOWSKI le Vendredi 14 Septembre 2012

Des hôtels et des îles surfe sur la vague (re)montante de la Guadeloupe

L'arrivée de XL Airways devrait dynamiser la destination

Avec un marché européen en hausse de 59% au premier semestre sur la Guadeloupe, Des hôtels et des îles, chaîne hôtelière et tour-opérateur prévoit un chiffre d'affaires en hausse de 10% pour l'ensemble de l'année 2012. Des investissements importants sur 2013 et 2014 devraient aider à poursuivre la tendance.



La Créole Beach Hôtel & Spa va bénéficier de l'addition de 60 suites et... d'un centre de congrès pour une capacité d'au moins 500 participants - DR : Des Hôtels de des îles

Sur les quelques 5 000 chambres hôtelières que compte la Guadeloupe, la chaîne hôtelière Des hôtels et des îles en contrôle 600, classées hôtellerie de charme.

Un premier programme d'investissements a permis, depuis 2009 de rénover et d'agrandir trois de ses établissements.

Le boutique hôtel Bwa Chik a été redécoré, les 32 bungalows du Toubana ont été rénovés et une nouvelle vague de 12 nouvelles suites « ocean view » viendront s'ajouter à l'établissement à partir du mois de décembre.

Puis, trois nouvelles villas abritant 12 suites seront opérationnelles pour la saison 2013/14.

De son côté, le Créole Beach va bénéficier de l'addition de 60 suites et... d'un centre de congrès pour une capacité d'au moins 500 participants.

Des vacanciers majoritairement, mais aussi une clientèle corporate

Au total, le nouvel investissement est estimé à 30 millions d'euros pour le groupe guadeloupéen dont le chiffre d'affaires de 2011 s'est établi à 22 millions d'euros.

C'est que les taux de remplissage de ces établissements battent des records : 86% pour le Mahogany, 82% pour

le Créole Beach, 78% pour les jardins Malonga. Une clientèle de vacanciers majoritairement, mais aussi une clientèle corporate représente déjà 13% du chiffre d'affaires.

La chaîne vient de se doter d'un outil d'analyse des commentaires postés par les clients sur tous les réseaux sociaux possibles avec deux finalités : contrôler et réagir aux critiques trop sévères, voire racistes, mais surtout remédier au mieux et au plus vite aux défauts qui auraient pu être constatés.

« *L'objectif de cet outil est de maîtriser le service. Chaque remarque est répercutée au collaborateur concerné qui doit apporter la correction nécessaire* », indique Carole Adam, la directrice commerciale et marketing de la chaîne à Paris.

Si les Français restent largement la clientèle majoritaire, la chaîne constate un accroissement important des Allemands depuis la reprise de la ligne par Air France au départ de CDG - de quoi compenser la baisse enregistrée sur la clientèle italienne.

Les clientèles américaines et sud-américaines sont également en forte croissance.

68% du volume de ventes via les agences de voyages

Quant à la commercialisation des chambres, elle reste majoritairement entre les mains du réseau traditionnel des agences de voyages pour 68% du volume total - et c'est même le canal qui connaît la plus forte progression à 3,2%. A noter que les agences en ligne ne réalisent que 4,5% des ventes totales tandis que le canal de la commercialisation directe se limite à 6,5%.

Les ventes de la haute saison Hiver suivront-elles encore ce schéma ? Les réservations commencent juste à arriver pour Noël mais c'est surtout les bons remplissages du mois de septembre, traditionnellement le mois le plus creux pour les Antilles qui réjouit Carole Adam.

L'arrivée du vol de XL Airways à partir de décembre devrait avoir un effet de dynamisation sur la destination dont la chaîne veut aussi profiter. Des négociations sont en cours avec la compagnie.

C'est que la chaîne dispose aussi d'un département de tour operating sur son site propre. Une programmation qui s'élargit petit à petit à d'autres établissements de la zone Caraïbes. « *Nous avons un agrément IATA pour offrir aux clients la possibilité d'acheter l'ensemble de leurs voyages, quelle que soit la compagnie aérienne utilisée* ».

Et, Carole Adam se programme une visite à l'île Maurice pour rajouter certains établissements de l'Océan indien et diversifier ainsi son offre.

Geneviève BIEGANOWSKI

Tags : Des hôtels et des Iles