



MICE

Une valeur sûre pour l'hôtellerie

La diversification dans l'hôtellerie notamment dans des créneaux porteurs comme le MICE donne des résultats probants. Si bien qu'aujourd'hui, Maurice se positionne comme une destination de choix pour le tourisme d'affaires.

Himanshu MARCHURCHAND

CES DERNIÈRES années, le segment *Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions* (MICE) est devenu une activité lucrative pour l'hôtellerie qui permet d'une part, de contrer la basse saison creuse et, de l'autre, de positionner Maurice en tant que plaque tournante pour le tourisme d'affaires.

Aujourd'hui, nos hôtels sont prisés pour l'organisation de conférences, de congrès,

d'assemblées générales ou encore de mariages, que ce soit pour une clientèle locale ou internationale. Cela n'empêche pas les hôtels qui se démarquent comme des *resorts* de profiter de l'essor du MICE. De même, l'on constate que les petits établissements s'engagent davantage dans ce segment.

Il y a un bon dynamisme dans le MICE, souligne Rosabelle Fanny, *Groups & Events Sales*

Manager à Hilton Mauritius Resort & Spa. Il s'agit surtout pour l'hôtel de rester à l'écoute de sa clientèle et de lui proposer constamment des solutions et services avantageux. Les clients, avance Rosabelle Fanny, sont à la recherche de solutions rapides, clés en main, assorties d'un service de haut niveau. Le prix est évidemment un facteur, mais la clientèle arrive toutefois à distinguer la qualité, et n'hésite

pas à reconsidérer son budget pour s'assurer que son événement est optimisé. À Hilton, l'on dispose d'une équipe de professionnels dédiée à l'organisation d'événements. Concernant la performance du segment MICE en 2016, elle a été «très bonne», souligne Rosabelle Fanny. Et 2017 s'annonce encore mieux.

Au sein de l'hôtel Long Beach, l'on note également une progression de la demande pour les



Le MICE survit à la crise

Avec la crise, certains opérateurs croyaient à tort que le segment MICE allait disparaître et qu'il était plus facile de faire des visioconférences plutôt que d'organiser des réunions d'affaires. Ces craintes ne se sont toutefois pas matérialisées. Au contraire, l'on a enregistré une croissance dans le nombre de conférences, mais leur durée a été raccourcie afin de contenir les coûts.

La clientèle MICE dépense 33 %-60 % de plus que les touristes traditionnels

pour une raison de proximité et en raison des connexions de vol. Or, désormais, Maurice est desservi par un nombre croissant de compagnies aériennes. «L'infrastructure MICE est là dans tous les hôtels Sun Resorts, y compris le Long Beach. Malheureusement, Maurice est encore perçue comme une destination de loisirs. Ce qui fait que nous continuons à perdre des occasions d'accueillir des événements MICE globaux», observe-t-elle.

UN HUB EN DEVENIR ?

Au vu des infrastructures hôtelières et non-hôtelières dont dispose Maurice, le pays a-t-il les moyens de devenir un hub pour le MICE ? Oui, répond Beatrice Fabre, Sales & Marketing Manager à Voilà Bagatelle, qui a lancé il y a trois ans le concept Voilà Meetings. Elle en prend pour preuve la croissance exponentielle de ce segment d'activité au sein de l'établissement. En 2016, Voilà Bagatelle a engrangé des revenus de Rs 14,5 millions pour l'organisation de conférences et d'événements, accueillant au total plus de 22 000 délégués. Sa clientèle est composée majoritairement de Mauriciens. «Le MICE est essentiel pour le tourisme. Il permet de remplir les périodes creuses, surtout dans les resorts», fait-elle ressortir. Avec toutes les facilités à sa disposition, Maurice peut se positionner en tant que plaque tournante du MICE. À travers le monde, la clientèle MICE dépense entre 33 % et 60 % de plus que la clientèle touristique traditionnelle. Ce qui constitue une manne considérable. D'où l'importance d'une stratégie claire de la part de l'Office du Tourisme pour capter cette clientèle.

prestations relevant du tourisme d'affaires, fait ressortir Valérie Germain, Marketing, PR & Communications – MICE à Sun Resorts. Cette croissance est tirée par notre bilinguisme, l'aspect multiculturel du pays et la question sécuritaire, le tout combiné à une connectivité aérienne directe à partir de diverses destinations mondiales. De plus, le pays compte des enseignes hôtelières proposant des tarifs convenant à tous les budgets.

Le fait que Maurice dispose de centres de congrès modernes, à l'instar du J&J Auditorium et du Swami Vivekananda International Conference Centre (SVICC) de Pailles plaide aussi en faveur du MICE, souligne Valérie Germain. Ainsi, le SVICC offre les facilités nécessaires pour l'organisation de grandes conférences internationales, pouvant accueillir jusqu'à

5 000 personnes à la fois. «Avec la destination Maurice, on peut allier affaires et loisirs. Ce qui permet d'avoir une excellente valeur pour son argent, en sus de prestations de luxe de classe mondiale», soutient-elle. À noter que 2016 a été l'année où le segment MICE a été le plus performant pour le Long Beach, qui a organisé une panoplie d'événements. Il faut savoir que l'hôtel peut accueillir jusqu'à 2 500 invités pour les événements en plein air.

À l'échelle mondiale, le MICE est une activité en forte croissance. Maurice doit notamment composer avec la concurrence de l'Europe, du Moyen-Orient, de l'Amérique du Nord. De l'avis de Rosabelle Fanny, nous avons une belle carte à jouer pour ce qui est de l'organisation de conventions ou réunions d'affaires. Pour améliorer notre compétitivité et

attirer cette clientèle d'affaires, il faudra, entre autres, qu'on propose un bon rapport qualité/prix sur nos prestations, insiste notre interlocutrice.

Par ailleurs, avec l'ouverture de l'espace aérien vers l'Asie et l'Afrique, l'hôtellerie mauricienne est en mesure de proposer ses services aux clients de ces deux continents qui sont déjà à la recherche de nouveaux lieux pour les rencontres. «À Maurice, nous avons de gros avantages, notamment en termes d'infrastructures, de produits et de services. L'enseigne Hilton est présente sur ces deux continents. Nous avons aussi de plus en plus de séminaires dont l'organisation est gérée depuis Maurice avec un rayonnement international», ajoute Rosabelle Fanny.

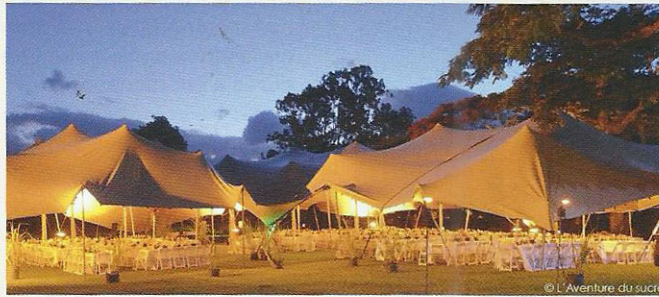
Valérie Germain abonde dans le même sens. Historiquement, à son avis, nos pays voisins et l'Europe étaient populaires

Panoplie d'options pour tous types d'événements

À L'AVENTURE du Sucre, les conférences, soirées corporate et les mariages sont organisés tout au long de l'année. Les lieux sont propices à des réceptions en extérieur, que ce soit près du restaurant et sous la marquise.

L'Aventure du Sucre accueille un nombre croissant de grands groupes étrangers et locaux. Sont proposés une variété de location, notamment les jardins du domaine de Beau Plan avec ses arbres centenaires, sa palmeraie, sa cocoteraie et son lac, le tout face au Pieter Both, le Restaurant le Fangourin avec sa belle varangue, sa terrasse ensoleillée et son espace couvert et ouvert sur le jardin, ainsi que son grand bar mis en valeur par L'Atelier Novateur, le musée, également utilisé comme espace de travail avec une salle de conférence (L'Auditorium Paul Eynaud), munie des dernières technologies, intégrée au cœur du musée.

Les groupes optent très souvent pour des forfaits globaux comprenant la visite du musée, des produits personnalisés et les réceptions afin de profiter entière-



ment du site et de son unicité. *«Nous répondons également à des requêtes plus personnalisées en taillant notre offre sur mesure. Notre clientèle a sensiblement augmenté, grâce à une politique de prix compétitive couplée à une haute exigence dans la qualité de la prestation, en particulier celui de la restauration. La qualité des services, l'organisation, l'accompagnement et les divers aménagements possibles que nous proposons nous permettent de recevoir de plus en plus de réceptions, mais aussi de fidéliser des sociétés à venir profiter de notre magnifique lieu»*, fait ressortir Sandrine D'Unienville, Communication Manager.

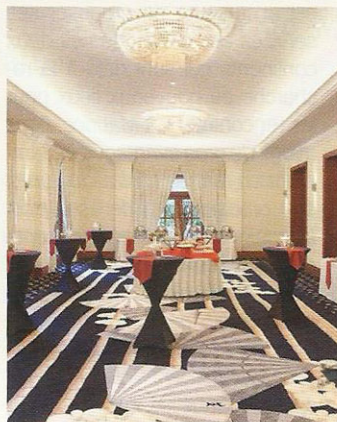
Elle est d'avis que le MICE représente une nouvelle approche au tourisme d'affaires. Elle constate que beaucoup de destinations développent des infrastructures pour accueillir de grands groupes ou encore misent sur la formation de leurs effectifs pour que ceux-ci délivrent un service digne des standards internationaux. De plus, nombre de compagnies récompensent leurs partenaires commerciaux ou employés en leur faisant découvrir des destinations ou optent pour une destination originale, à l'instar de Maurice, pour accueillir des séminaires ou autres conférences, ajoute Sandrine D'Unienville.

HILTON MAURITIUS RESORT & SPA

La bonne alchimie entre business et loisirs

BIEN qu'étant avant tout un complexe touristique offrant des prestations de loisirs, Hilton Mauritius Resort & Spa accorde une attention particulière au MICE. L'année dernière, l'établissement a été sacré *Mauritius Leading Conference Hotel*. Cette année, il a été nommé aux *World Travel Awards* dans deux catégories : *Mauritius Leading Conference Hotels* et *Indian Ocean Leading MICE Hotel*.

«Si nous savons déjà que les entreprises vont vers les hôtels pour des séminaires, ateliers de travail ou conférences, nous voyons aujourd'hui que les professionnels ont des demandes différentes et plus spécifiques aux-



quelles nous pouvons répondre», indique Rosabelle Fanny, *Groups & Events Sales Manager*.

Aux hommes d'affaires, l'hôtel propose le service *Meeting Simplified*. Simple et rapide, il permet aux entreprises d'avoir une offre répondant à leurs besoins pour des réunions de taille moyenne, allant jusqu'à 25 personnes. *«En quelques minutes, vous aurez ainsi accès à un service 5 étoiles et un cadre magique pour vos réunions professionnelles. La réservation se fait sous 24 heures. C'est un service tout en un avec un contrat simplifié»*, précise Rosabelle Fanny.

Par ailleurs, Hilton a récemment lancé le concept *Meet with Purpose* qui propose une approche plus écologique et plus saine à l'organisation des séminaires.

LONG BEACH GOLF & SPA RESORT

Environnement stimulant pour les réunions d'affaires

En 2011, le 5 étoiles Long Beach Golf & Spa Resort a ouvert ses portes sur le site de l'ancien hôtel Le Coco Beach à Belle Mare. Les salles de conférence intérieures entièrement équipées peuvent accueillir des événements jusqu'à 250 personnes. Alors que l'utilisation créative d'espaces extérieurs permet d'accueillir des événements avec un maximum de 2 500 personnes. Tous les espaces créent des environnements stimulants pour les réunions de petites entreprises ou de grands événements. Pour les groupes d'encouragement, l'établissement propose des activités dynamiques sur terre ou en mer en faisant découvrir aux résidents l'un des meilleurs endroits de plongée de l'île, l'expérience de l'*onsite wall climbing*, qui est unique à Maurice, et le *Fitness Centre* et le *Sea Spa*, entre autres. Le complexe est facilement accessible à l'île-aux-Cerfs pour les activités terrestres et aquatiques ou des événements à thème sur le site. Les golfeurs ont accès à une navette de bus et un bateau de taxi au club de golf Ile-aux-Cerfs et des *green fees* à proximité du club de golf Anahita. Les hôtels Sun organisent des réunions locales et des événements, ainsi que des groupes d'incitations depuis plus de 35 ans. Le Long Beach suit la même tendance. *«Nous avons la créativité, la flexibilité et le dévouement pour offrir aux clients non seulement l'espace, mais aussi toute l'expérience de la gastronomie exceptionnelle à des événements personnalisés, des normes d'entretien de classe mondiale, combinée avec la chaleureuse et la charmante hospitalité mauricienne»*, soutient Valérie Germain, *Marketing, PR & Communications - MICE* à Sun Resorts.