



A unique urban lifestyle in Mauritius

Umarfarooq Omarjee, directeur commercial et développement d'Omarjee Holidays: «Il ne faut plus s'arrêter à l'image de concurrent des Seychelles»



Par Joëlle Elix

(<http://www.lexpress.mu/profile/263253/joelle-elix>)



📅 18 NOV 2015

([HTTP://WWW.LEXPRESS.MU/JOUR/2015-11-18](http://WWW.LEXPRESS.MU/JOUR/2015-11-18))

🕒 12:53

👍 0



Umarfarooq Omarjee estime que Maurice doit continuer à se concentrer sur la recherche de nouveaux marchés et qu'il faut aussi miser sur le potentiel des «combined destinations».

Quels sont les manquements, les contraintes, et éventuellement, les atouts du secteur du tourisme ?

Notre ministre du Tourisme a déjà occupé ce portefeuille et connaît le secteur. Il a repris des dossiers qu'il connaissait déjà. N'oublions pas que le monde est passé par des années difficiles avec la crise financière en Europe, etc. Depuis janvier de cette année et plus particulièrement au salon ITB de Berlin, le plus grand salon au monde, qui s'est tenu en mars, on a tous vu qu'il y avait vraiment un *feel good factor*. Les gens affichaient de l'enthousiasme à l'idée de venir passer des vacances à Maurice.

Il y a eu l'arrivée d'Austrian Airlines il y a deux semaines. On verra l'arrivée de Turkish Airlines en décembre. Lufthansa a aussi confirmé pour décembre. Il faut savoir que ce sont des compagnies qui ne viennent pas dans un pays s'il n'y a pas de potentiel. Ce sont des compagnies qui fonctionnent suivant la demande. Donc il y a un engouement pour Maurice.

Air Mauritius a augmenté ses fréquences sur l'Asie. Il y a l'accord signé avec Changi Airport à Singapour. Durant les six premiers mois de l'année, si on n'avait pas eu cette motivation, ce *feel good factor*, on n'aurait pas eu de résultats.

En tant qu'opérateur dans ce domaine, je trouve que les choses s'améliorent. Il faut continuer les efforts, les campagnes. Il faut aller de l'avant et ne pas rester sur ses acquis. Chercher de nouveaux secteurs, de nouveaux marchés. Et rester à l'avant-garde.

Quels sont les marchés qui sont appelés à se développer ?

Depuis environ un an et demi, on a vu une forte croissance sur le marché chinois. Air Mauritius est passé à sept vols sur l'Asie. Il y a aussi eu l'arrivée de la Southern Airlines qui opère deux vols par semaine. Maintenant les marchés qui se développent sont tous des marchés asiatiques. On a aussi un fort développement en Europe de l'Est notamment l'Autriche, la République tchèque, la Bulgarie, la Hongrie. Idem pour le marché turc et le sud de l'Europe.

Nous avons eu une perte de marché sur l'Italie mais qui a été vite rattrapée sur d'autres marchés. Il ne faut pas oublier que l'Afrique est un continent qui se développe en termes touristiques. Maurice est un pays développé pour nos amis africains. Le Mozambique, le Ghana commencent à avoir un certain pouvoir d'achat.

Les prévisions concernant le nombre de touristes sont de 1,1 million en 2015. Le pays a-t-il la capacité d'accueillir davantage de touristes, en sachant que des îles comme les Maldives, les Seychelles et le Sri Lanka sont également dans la course ?

D'après la World Tourism Organisation, il y a une croissance dans le nombre de touristes tous les ans. Qu'ils viennent de l'Afrique ou des régions telles que La Réunion, Madagascar, l'Asie ou l'Europe...

Maurice possède des attraits et n'a pas cette barrière de langue pour un touriste qui vient d'Asie, d'Europe ou d'Afrique. On parle de Maurice comme d'un hub pour la région, en termes d'aviation ou de croisières. C'est un plus. Maurice est une plaque pour l'Afrique.

Aussi, il faut aller au-delà de l'image de compétition avec les Seychelles. Le Sri Lanka, ça reste quand même une autre île. Les Seychelles font partie des îles Vanilles et de la *combined destination*. Quand quelqu'un se rend aux Seychelles, il a également la possibilité de venir à Maurice et vice versa. Du coup, quand on augmente le nombre de touristes aux Seychelles on en augmente le nombre aussi à Maurice, si on propose des « doubles destinations », pour une ouverture plus intéressante. On n'a rien à envier aux autres îles. Nous avons de belles plages. Celles de Flic-en-Flac et de Belle-Mare sont reconnues.

Avec l'alliance Vanille, comment le tourisme intra-régional va-t-il se développer ?

L'alliance Vanille comprend les compagnies d'aviation de l'océan Indien. J'ai eu la chance d'assister au lancement de l'alliance à Madagascar en septembre. J'ai vu qu'il y a un enthousiasme pour toutes ces compagnies à travailler ensemble. L'idée de regrouper les compagnies, c'est déjà un premier pas dans le secteur touristique. On a beaucoup parlé du passe Vanille. Ce qui veut dire qu'on a la possibilité d'acheter un billet pour venir à Maurice, aller à La Réunion, aux Seychelles, à Rodrigues, etc. Dès que le touriste achète son billet d'avion pour venir à Maurice, il aura la possibilité à travers des *Code Shares*, ou des *Interline Agreements* de voyager à travers différentes îles à des prix préférentiels. Les négociations ont déjà commencé et il y aura des réunions qui vont se succéder pour tout concrétiser. Nous, en tant qu'opérateur, on veut accélérer les choses pour faciliter ce développement mais il faut que tous les opérateurs s'allient et aillent dans la même direction. Je crois en l'alliance Vanille.

Plusieurs organismes font le constat que l'indice de confiance est en baisse, quand on regarde l'ensemble de l'économie. Comment le Mauricien peut-il se permettre de voyager ?

Un Mauricien qui travaille a envie de sortir de son quotidien, de sa routine et de voyager à la fin de l'année. Que ce soit à Rodrigues ou à La Réunion, des destinations très proches. Le voyage ne coûte pas énormément parce qu'il y a plusieurs possibilités. Quand on est arrivé dans le secteur, on s'est dit que tout Mauricien doit une fois dans sa vie prendre l'avion. On a préparé un forfait abordable pour la destination Rodrigues. En un an, on vend un billet et forfait sur Rodrigues pour Rs 8 490. Un Mauricien peu importe sa classe sociale peut se rendre à Rodrigues.

Depuis fin 2013, on représente Atlantis The Palm. À l'époque on avait négocié 50 % pour les Mauriciens sur le prix affiché. Atlantis est considéré comme l'hôtel le plus luxueux au monde. Nous nous sommes dit qu'il fallait qu'un Mauricien puisse se l'offrir. En basse saison, on a pu négocier aux alentours de Rs 10 000 la nuitée, en sachant que le prix normal est de Rs 25 000.

Il en va de même pour les Seychelles, on propose des prix raisonnables. Pour d'autres destinations on va jouer des coudes pour obtenir des billets à moins cher.

2015 tire à sa fin. Quelles sont les perspectives de croissance pour 2016 ?

2015 a été intéressante pour nous mais on ne va pas s'avancer trop vite pour 2016. On va continuer à essayer d'augmenter le nombre d'arrivées touristiques. Nous allons aussi continuer dans cet élan visant à donner la possibilité aux Mauriciens de prendre l'avion. Nous voulons que ce *feel good factor* se poursuive. Je pense que le chiffre de 1,1 million de touristes sera largement dépassé.

Beaucoup de compagnies aériennes qui viendront à Maurice et d'autres ont déjà manifesté leur intérêt. Il y a aussi des compagnies régionales qui étudient la possibilité de venir à Maurice.

Omarjee Holidays est nouveau dans le secteur. Comment se démarque-t-il des géants comme Atom Travel, Blue Sky, Cathay Tours, etc ?

Le groupe Omarjee existe depuis 40 ans. Ça fait trois ans qu'on a décidé de se diversifier dans le secteur de l'aviation et du tourisme. Pour se démarquer face aux concurrents, on a apporté des innovations en termes de produits, de tarifs, de possibilités pour les Mauriciens. On propose des prix plus bas. Avoir plusieurs opérateurs permet d'avoir une concurrence. Nous, on est pour une concurrence loyale et saine. La concurrence pousse une compagnie à se démarquer, à se réinventer. Et c'est toujours un challenge quand on a des concurrents.

L'important c'est de savoir garder son sens de l'éthique et de savoir garder une responsabilité envers l'autre. Nous n'avons pas besoin d'une médaille ou d'un prix pour dire que nous sommes meilleurs. Notre récompense, c'est un client qui rentre heureux d'un voyage.



SFR

LA FIBRE

À PARTIR DE

16,99€ /mois

PENDANT 1 AN AU LIEU DE 26,99€
ENGAGEMENT 12 MOIS

TESTEZ VOTRE ÉLIGIBILITÉ

voir conditions

EXCLU WEB
UN MOIS OFFERT

[Ajouter un commentaire \(/comment/reply/271798#comment-form\)](/comment/reply/271798#comment-form)

[Envoyer par e-mail \(/printmail/271798\)](/printmail/271798)

THE BMW i3
MONTHLY RENTAL
FROM £299.

(Plus £3,699 initial rental.)
Terms and conditions apply.

[Find out more](#)

Save up to 25%
when traveling to
US and Canada.

[Reserve Now ▶](#)

AVIS®