

# Les croisières internationales

Les croisières internationales constituent un produit touristique en forte croissance. Depuis 25 ans, cette industrie a connu une augmentation soutenue du nombre de passagers avec une moyenne annuelle de l'ordre de 8 %.

Les croisières en Amérique du Nord ont également connu une croissance phénoménale passant de 500 000 passagers en 1970 à plus de 8 millions en l'an 2003, pour occuper 78 % du marché mondial des croisières.

## L'industrie des croisières en quelques chiffres<sup>1</sup>

- 8,2 % de croissance annuelle depuis 25 ans;
- 12,62 millions de croisiéristes prévus en 2007, dont 10,6 millions de Nord-Américains;
- La valeur mondiale de ce secteur était évaluée à 16,2 milliards de dollars en 2003.

## Perspectives de croissance

- 20,7 millions de passagers en 2010;
- 48 millions de personnes disent souhaiter faire une croisière d'ici 3 ans;
- 29 nouveaux navires sont en commande ou entreront en service d'ici 2012 (bateaux géants et petits bateaux de luxe), soit 1 115 078 couchettes. Un investissement estimé à environ 24,9 milliards de dollars et une moyenne de 207 685 \$ par couchette!
- Au total, 26 de ces navires sont principalement destinés pour le marché de l'Amérique du Nord. Lorsque tous ces navires seront en service en 2012, on s'attend à une croissance annuelle de 3,5 millions de passagers sur le marché nord-américain;
- La clientèle nord-américaine représente 71 % du marché (24 % est européenne);
- Le déploiement de la flotte de 2007 se divise comme suit :
  - Les Bahamas et les Caraïbes - 43,5 %
  - La Méditerranée - 18,9%
  - La Côte Ouest (Mexique) - 6,9%
  - L'Alaska - 6,2%
  - Le Canada/Nouvelle-Angleterre - 1,2 % (11e rang)

---

<sup>1</sup> International Council of Cruise Lines / Cruise Lines International Association



# Le marché des croisières en Amérique du Nord

Selon une étude de marché dirigée en 2006 par la CLIA (Cruise Lines International Association), la croisière atteint de nouveaux niveaux de popularité en Amérique du Nord, tout en attirant également **une clientèle plus jeune et plus régulière**.

## Au Canada en 2003

- Plus de 880 escales de navires de croisières
- 1,55 million d'arrivées de passagers<sup>2</sup>.
- Ouest canadien (Vancouver et Victoria)
  - La plus grande part du marché avec 73 % du trafic canadien des croisiéristes.
  - La destination principale de ces ports est l'Alaska.
- Provinces maritimes
  - 21 % du trafic canadien pour des croisières dans l'axe des itinéraires Canada Nouvelle-Angleterre.
- Québec (port de Québec et de Montréal)
  - 6 % du trafic canadien principalement en tant que ports d'escale pour ce même itinéraire

## Au Québec en 2006

- Plus de 110 000 touristes de croisières,
- Prévisions :
  - Doubler le nombre de touristes d'ici 2011,
  - Croissance moyenne de 20 % par année.

L'une des stratégies pour atteindre cet objectif d'achalandage repose sur le développement de ports régionaux.

---

<sup>2</sup> Business Research and Economic Advisors, octobre 2004.



# Portrait des croisiéristes

Une étude de marché dirigée en 2006 par la CLIA (Cruise Lines International Association) dévoile ce qui suit<sup>3</sup> :

- 1 voyage acheté sur 4 est une croisière;
- Quatre croisiéristes sur cinq (79 %) confient la réservation de leurs croisières à un conseiller;
- Les croisiéristes ont une moyenne d'âge de 49 ans avec un revenu familial annuel moyen de 104 000 \$;
- Ils sont principalement mariés (83%), ont un niveau d'éducation collégiale (57%) et un travail à temps plein (57%);
- Lors de leur dernière croisière, ils étaient principalement accompagnés de leur conjoint (79%), ont dépensé approximativement 1 690\$ par personne pour leur croisière et activités (n'inclut pas les coûts de transport pour se rendre au port d'embarquement) et ont opté pour une croisière de 6,2 jours en moyenne;
- L'expérience de croisières est jugée habituellement très satisfaisante; en effet, un haut pourcentage (45%) de voyageurs qualifie leur expérience de croisières « d'extrêmement satisfaisante » comparée à tous les autres types de vacances.

Voici les caractéristiques distinctives des croisiéristes :

- Ce sont des clientèles internationales, mais principalement américaines;
- Le profil dominant reste caractérisé par un revenu et un âge moyen relativement élevés, même si l'on assiste à une démocratisation de l'accès aux croisières et une diversification des clientèles (plus jeunes, plus de familles, plus de célibataires);
- Selon différentes études, les croisiéristes tendent à dépenser en moyenne davantage que les autres touristes;
- Leur durée de séjour dans les escales est courte : quelques heures, voire une journée maximum, exceptionnellement deux jours;
- En effectuant une croisière, ils font le choix d'une forme de voyage qui leur permettra d'en voir le plus possible en un temps relativement restreint;
- Les croisiéristes sont des clientèles susceptibles de revenir visiter les escales qui leur ont le plus plu, lors d'autres types de voyages. Il est donc primordial de leur montrer le meilleur de chaque escale.

---

<sup>3</sup> Source : CLIA 2006 Cruise Market Profile \_ Report of Findings

