

Spécial croisière

Plus proche, plus courte, et plus attractive !

Supergéants des mers, paquebots à taille humaine, mégayachts et navires d'exploration : la croisière sous toutes ses formes est en vogue malgré la crise. Une aubaine pour le tourisme d'affaires. Son potentiel est énorme, mais des freins subsistent...



L'Horizon, un paquebot de CDF Croisières de France

La conjoncture difficile épargnerait-elle le secteur de la croisière ? Le doute n'est pas permis au regard de la croissance annuelle à deux chiffres du nombre de passagers français, une hausse de 12 % en 2010, le même chiffre pour la troisième année consécutive. Mario Pilato, directeur commercial de MSC Croisières, avance une première explication : « La croissance constante du marché français est liée à l'arrivée de nouveaux acteurs tels MSC hier et Royal Caribbean aujourd'hui. » Et le MICE profite de cette offre en hausse : le trafic groupes progresserait sur tous les segments du tourisme d'affaires, voyages de stimulation, congrès, séminaires et affrètements pour des incentives, selon l'association française des compagnies de croisières [AFCC](#).



© DR

Le MS Fram (Hurtigruten) en Antarctique

Un potentiel encore insuffisamment exploité

Croisiéristes, courtiers, agents généraux et agences spécialisées, tous reconnaissent pourtant le potentiel encore insuffisamment exploité du segment MICE. Alors que l'offre des compagnies rend le produit sans cesse plus attractif.

« Les atouts de la croisière sont connus, confort, convivialité, unité de lieu, facilité d'organisation, image positive, excellent rapport qualité-prix... Avec en prime un nombre croissant de départs de France », souligne Pierre-Yves Canton, directeur-fondateur de The Cruise Company, agent général, agence de voyages et courtier spécialiste de la croisière. Et les ports de l'Hexagone ne sont pas seuls à tirer leur épingle du jeu, comme en témoigne le retour en grâce des Antilles françaises auprès des croisiéristes.

La multiplication des croisières de courte durée est un autre point positif pour le tourisme d'affaires. « Notre nouveau paquebot L'Horizon va nous permettre de doubler l'an prochain nos mini-croisières Marseille-Marseille, de trois et quatre nuits, au printemps et en automne, des périodes favorables au tourisme d'affaires », se félicite Antoine Lacarrière, directeur général de CDF/Croisières de France. Costa, de son côté, lance ses Méridionales, là encore au départ de la cité phocéenne. MSC vante pour sa part ses mini-croisières sur l'Europe du Nord au départ d'Allemagne.



Les segments haut de gamme tirent aussi leur épingle du jeu

Les segments haut de gamme, visant surtout le top management et les voyages de récompense, tirent aussi leur épingle du jeu. « Nous avons déjà commercialisé deux fois cette année, la totalité de nos espaces exclusifs Yacht Club, soit 75 suites, pour des opérations MICE », souligne Mario Pilato.

Les spécialistes des croisières « Premium », sur des unités de moindre taille, consolident leurs positions. « On évoque la crise ou le souci de leur image. Je constate pour ma part que les entreprises ne sont pas plus réticentes que par passé à proposer du haut-de-gamme.

Il existe bien sûr un souci de discrétion mais ce n'est pas nouveau », note Philippe Mahouin, ancien du Club Med, depuis cet été le directeur commercial et marketing de La Compagnie du Ponant.

De très beaux voyages incentive restent toujours organisés aux quatre coins du monde, du Venezuela au Galápagos, en passant par la Patagonie et la Polynésie, sur des bateaux aussi différents que le paquebot *Paul Gauguin* et le cargo mixte *Aranui III*.

La conjoncture pèse néanmoins sur le secteur. « Il existe une pression sur les tarifs plus importantes qu'auparavant, y compris sur les incentives prestige. Et la plupart des demandes que nous traitons correspondent à des destinations beaucoup plus proches et à budget réduit », relève Cédric Rivoire-Perrochat, directeur de l'agence Echos du Large, agent général pour la France de Norwegian Cruise Line et de Carnival.



Sur le pont du MSC Orchestra

Les croisiéristes, pour croître sur le segment MICE, doivent dans le même temps corriger des a priori négatifs. « Certains considèrent la croisière comme trop ludique et peu adapté au travail », regrette Pierre-Yves Canton. « Il existe en France un manque de connaissance évident de la croisière », renchérit Antoine Lacarrière. « Les grandes agences incentive et de communication passent complètement à côté de notre production », regrette pour sa part Georges Azouze, président de Costa Croisières France. « Elles nous considèrent à tort comme un concurrent alors que l'on peut bien sûr personnaliser des événements à bord de grands paquebots, et que leur valeur ajoutée et savoir-faire sont évidents. » Un constat sévère... et une promesse de jours meilleurs !

Vincent de Monicault

Les départs de France, un atout supplémentaire

Les compagnies de croisières sont toujours plus nombreuses à faire escale dans un port français. Et nombre d'entre elles les choisissent comme tête de ligne pour un début ou une fin de croisière. De quoi limiter les distances et les contraintes de l'acheminement. Et réduire le coût d'une opération.

En France, Marseille a le vent en poupe. Le premier port hexagonal pour la croisière ouvre un nouveau terminal l'année prochaine. Des paquebots toujours plus gros jettent l'ancre dans la cité phocéenne port en 2012, tel le *Grandeur of the Seas* de la *Royal Caribbean*. MSC, Costa et Croisières de France y renforcent leur présence.

La première y baptise même au printemps son *MS Divina* tout droit sorti des chantiers de Saint-Nazaire. L'agence NDS Voyages afrète le *Princess Danaë*. Et Norwegian Cruise Line fait de Marseille le port d'embarquement du *Norwegian Epic*, une arrivée qui compense largement le départ (définitif ?) de Louise Cruises. « Mais nos croisières en pleine saison estivale n'intéressent pas le marché MICE » reconnaît Cédric Rivoire d'Echos du Large, l'agent général de la compagnie américaine, renvoyant plutôt ses clients vers les départs en Barcelone-Barcelone.

Sur la Côte d'Azur Toulon tire son épingle du jeu avec l'arrivée en 2012 du *Liberty of the Seas* (Royal Caribbean), de même que Villefranche-sur-Mer/Nice (MSC Croisières, Club Med 2).

La Havre, doté depuis quatre ans d'un nouveau terminal pour les paquebots de croisière, marque aussi des points. Costa renouvelle l'an prochain son choix du port normand comme tête de ligne. Royal Caribbean y propose des départs en 2012. Et le *Queen Mary 2* (Cunard) l'a retenu pour les escales de ses croisières transatlantiques, au détriment de Cherbourg. Cette dernière est également abandonnée par MSC Croisières, la compagnie italienne conservant en revanche ses embarquements à La Rochelle.

Les Antilles françaises reprennent des couleurs

Les Antilles françaises retrouvent les faveurs des croisiéristes. Avec comme premier atout leur desserte aérienne directe depuis la métropole. « La destination connaît un engouement, y compris sur le segment MICE. Nous ouvrons ainsi les Caraïbes pour l'hiver 2012-2013 au départ de Fort-de-France et Pointe-à-Pitre », annonce Mario Pilato de MSC Croisières. Royal Caribbean revient (pour 23 escales) aux Antilles françaises l'an prochain, suivie par Crystal Cruises pour l'hiver 2012-2013. Costa va pour sa part baser, également pour 2012, un second paquebot en Guadeloupe, le *Luminosa*.

Croisière fluviale : un potentiel largement sous-exploité

Les croisières fluviales se prêtent parfaitement à l'organisation d'opérations MICE. Principal atout, une facilité logistique liée à la proximité des lieux à visiter, à la situation des ports au cœur des villes, à la grande souplesse dans la durée de la croisière. Surtout sur la Seine, le Rhône et le Rhin. « Les agences événementielles nous sollicitent rarement », regrette pourtant Eric Collange, directeur des ventes CroisiEurope, première compagnie européenne de croisières fluviales à cabines. « Les salons-bars se transforment pourtant aisément en espaces de réunion », poursuit le responsable de la compagnie strasbourgeoise. « L'espace est très limité

mais cette contrainte peut devenir aussi un atout dans le cadre d'une privatisation complète du bateau », note pour sa part Alain Souleille, le patron de Rivages du Monde/Athénaeum.

Autre point fort de la croisière fluviale, la diversité de l'offre. Avec des navires de nouvelle génération tel le *M/S Arosa* sur le Danube doté d'un vrai espace bien-être. Avec aussi des destinations exceptionnelles tels le Mékong, l'Irrawaddy, le Gange, le Chobe ou l'Amazone.

La Russie possède aussi un fort potentiel pour des croisières fluviales. Rivages du Monde ou CroisiEurope sont bien implantés sur place. Vodohod cruise Company, premier opérateur russe de croisières fluviales, était aussi présent cette année à l'IFTM-Top Résa. De même que Lueftner Cruises, spécialiste autrichien des croisières fluviales haut de gamme.



Le MS Arosa (Rivages du Monde) sur le Danube



Vue aérienne sur le pont de l'Oasis of the Seas (Royal Caribbean)

Les croisiéristes maritimes

CDF/Croisières de France, spécialiste des croisières francophones, remplace dès le printemps prochain le *Bleu de France* par *L'Horizon*, fort d'une capacité deux fois plus importante (721 cabines). Ce paquebot réaménagé pour la clientèle française voguera au départ de Marseille. CDF commercialise aussi les paquebots de sa maison-mère espagnole Pullmantur. A noter un nouveau partenariat avec TMR, lequel prend des allotements et organise deux croisières thématiques, l'une sur le jazz et l'autre sur la gastronomie.

www.cdfcroisieresdefrance.com

Club Med Croisières exploite le *Club Med 2*, cinq mâts de 181 cabines voguant aux Caraïbes et en Guyane cet hiver, et en Méditerranée en été. Des mini-croisières sont proposées au départ de Nice et Cannes en mai et juin. Le MICE est géré à Paris par la cellule Club Med Business.

www.clubmed.fr

Costa Croisières exploite quinze paquebots modernes. Le leader européen de la croisière conserve l'an prochain ses départs du Havre pour des croisières en Europe du Nord. La filiale italienne du géant américain Carnival lance par ailleurs à Marseille, de mai à novembre, des mini-croisières de 3 à 5 nuits baptisées Les Méridionales. Cette offre intéresse particulièrement le MICE, un marché important pour la compagnie, comme en témoignent l'existence d'un service « incentive » et le site dédié.

www.costabusiness.fr

Cruceros Australis organise des croisières d'exploration en Patagonie et Terre de Feu, de Punta Arenas au Chili à Ushuaia en Argentine. Cette compagnie, spécialiste des voyages incentive, insiste sur son expertise, sa capacité d'adaptation à la demande (de l'allotement dans le cadre des liaisons régulières jusqu'à l'affrètement du navire avec personnalisation des activités indoor et outdoor). Autre atout, la taille humaine de ses bateaux, le *Via Australis* (64 cabines) et le *Stella Australis* (100 cabines).

www.australis.com/site/fr

Hurtigruten, opérateur de la ligne de l'Express Côtier, exploite treize navires cabotant de port en port le long des côtes norvégiennes. La compagnie propose également des croisières en régions polaires, arctiques et antarctiques, notamment avec son navire d'exploration M/S Fram. Le bureau à Paris travaille toutefois assez peu le marché MICE.

www.hurtigruten.fr

La Compagnie du Ponant, spécialiste du « haut de gamme à la française », doit son nom au voilier *Le Ponant*. Le magnifique 3 mâts de 32 cabines vogue en Asie cet hiver avant de revenir en Méditerranée en été. La compagnie maritime exploite aussi les récents méga-yachts *Boréal* (2010) et *L'Austral* (2011), parfaitement adaptés pour des groupes jusqu'à 200 personnes, et vient de commander un troisième sistership (livraison 2013). Elle exploite également le *Diamant* mais vient de vendre *Le Levant*. A signaler les croisières d'Ushuaia aux glaces de l'Antarctique à bord de l'*Austral* ou du *Boréal*.

www.ponant.com



Sur le pont du Club Med 2

Louis Cruises (CroisiFrance) stoppe (momentanément ?) ses escales à Marseille où elle était bien implantée. L'armateur chypriote, spécialiste des croisières « entrée de gamme » en Méditerranée, se replie sur la mer Egée. Ses quatre paquebots vogueront l'été prochain au départ du Pirée. Son activité MICE est gérée à Athènes.

www.louiscruises.com

MSC Croisières prendra livraison d'un nouveau paquebot au printemps prochain (le *MS Divina*), le douzième d'une flotte très moderne. La compagnie italienne organise de nombreuses croisières au départ de Marseille et de Villefranche-sur-Mer (Nice). Sa politique en direction des groupes se traduit par la mise à disposition d'un kit incentive. Les espaces exclusifs Yacht Club sont adaptés à des opérations de prestige. Le croisiériste s'implante cet hiver dans les Emirats arabes Unis.

www.msccroisieres.fr

RCCL, numéro deux mondial du secteur avec ses compagnies Royal Caribbean, Celebrity Cruises (segment premium) et Azamara Club Cruises (segment luxe), a repris cet été l'activité de son bureau de représentation Latitudes Sud en France. Le groupe américain s'investit en effet davantage sur le marché français. Il va ainsi proposer au printemps prochain des départs de Marseille, Toulon et Le Havre, sans oublier Point-à-Pitre pour l'hiver 2012-2013. Rappelons que le groupe américain est également la maison mère de CDF Croisières de France (paquebot *L'Horizon*) via sa filiale espagnole Pullmantur.

www.royalcaribbean.fr

Silversea Cruises, basée à Miami, organise des croisières de luxe sur ses six paquebots, notamment en Méditerranée en été. Son bureau en charge de l'Europe continentale est situé à Monaco.

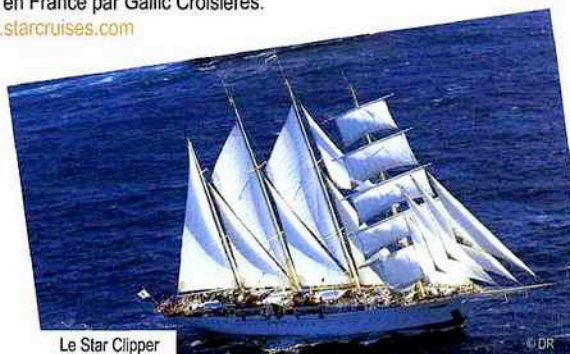
www.silversea.com

Star Clipper séduit les amateurs de vieux gréements avec ses trois voiliers, les deux sisterships *Star Flyer* et *Star Clipper* (170 passagers) et le *Royal Clipper* (227 passagers). Pour la première fois l'an prochain, le *Star Flyer* va sillonner le nord de l'Europe et la mer Baltique. Il supprime en revanche ses escales française (Cannes) et monégasque.

www.starclippers.com

Star Cruises, leader de la croisière en Asie-Pacifique, exploite quatre navires. La compagnie, basée à Singapour, est commercialisée en France par Gallic Croisières.

www.starcruses.com



Le Star Clipper

Agences spécialisées, agents généraux et affrêteurs...

Compagnie Internationale de Croisières, tour-opérateur parisien spécialisé dans la croisière, est aussi le représentant officiel pour la France et Monaco de la Cunard Line, célèbre pour ses croisières transatlantiques. Ses paquebots *Queen Mary 2*, *Queen Victoria* et *Queen Elizabeth* feront désormais escale non plus à Cherbourg mais au Havre. CIC est aussi l'agent général pour la France de The Yachts of Seabourn sur le segment luxe, et depuis peu de P&O Cruises.

www.cunard-France.fr et www.seabourn-France.com



Le Queen Mary 2 et le Queen Elisabeth dans la baie de Sydney

Rivages du Monde, spécialiste des croisières côtières et fluviales, affrète le voilier *Royal Clipper* sur la Croatie l'été prochain.

www.rivagesdumonde.fr

Taaj Croisières (ex-Taitbout Voyages) est une agence parisienne spécialisée dans les croisières francophones en formule tout compris. Son approche du marché des seniors est liée à sa proximité avec le magazine *Pleine Vie*. Elle est partenaire de Costa Croisières et affrète le nouveau Costa Allegra au départ de Marseille et de Calais, toute l'année, y compris pour des croisières thématiques autour de la culture ou de la chanson. Taaj travaille ponctuellement sur le marché MICE.

www.taaj-croisieres.fr



Le Queen Elisabeth (Cunard)

Echos du Large, agence parisienne spécialisée dans la croisière, travaille régulièrement avec les agences incentive. Agent général pour la France de Norwegian Cruise Line et de trois compagnies – Carnival, Princess Cruise et Holland – du groupe Carnival (propriétaire également de Costa Croisières), elle propose aussi des croisières plus intimistes à bord des yachts de Variety Cruises. Norwegian Cruise Line fait l'été prochain de Marseille le port d'embarquement du *Norwegian Epic* (2 114 cabines et suites).

www.echosdularge.com

Monacruises est l'agent général pour la France de la compagnie Oceania Cruises. Cette compagnie basée à Miami, spécialisée des croisières haut de gamme, a inauguré en janvier dernier son quatrième paquebot, le *Marina*. Monacruises représente aussi dans l'hexagone la compagnie de luxe SeaDream Yacht Club exploitant deux petites unités d'une centaine de passagers.

www.monacruises.com

NDS Voyages (Carnet de Croisières), agence basée à Paris, croisiériste, organisateur de croisières culturelles et thématiques destinées à une clientèle francophone, travaille à 90 % pour le groupe Bayard Presse (Notre Temps...). Agent général, NDS revend les croisières de la compagnie portugaise Classic International Cruises, et affrète notamment le *Princess Danaé* (555 passagers) au départ de Marseille au printemps et en début d'été. NDS est très peu présent sur le segment MICE.

www.carnetdecroisieres.fr

Plein Cap Croisières, agence trentenaire basée à Villeneuve Loubet, propose de belles croisières 100 % francophones hors des sentiers battus. Après le *Spitzberg* cet été, il programme cet hiver l'Amazonie à bord du *MS Vistamar* (260 passagers) ou encore le Cap Vert à bord de *L'Expédition* (60 cabines). L'agence travaille très ponctuellement sur le segment MICE.

www.plein-cap.com

Voyage de Légende, filiale parisienne du tour-opérateur américain Tahiti Legends, est l'agent général pour la France du *Paul Gauguin* et maintenant du *Levant*. La société Pacific Beachcomber Company, à laquelle appartient le *Paul Gauguin*, vient en effet de racheter ce méga-yacht à la Compagnie du Ponant. Le navire sera rebaptisé *Moana* et voguera en Méditerranée l'été et aux Caraïbes et Amérique latine l'hiver. Le *Paul Gauguin*, positionné en Polynésie, possède de sérieux atouts sur le segment MICE malgré son éloignement.

www.voyagedelegende.com

The Cruise Company/Cruise'nFly, agence de voyage monégasque très orientée « croisière », est aussi agent général France et Monaco de plusieurs compagnies maritimes : Crystal Cruises et Peter Deilmann Cruises sur le très haut de gamme, Holland America (Carnival) pour les grosses unités, Grands Espaces pour les croisières expéditions polaires, et Windstar Cruises pour le « premium » avec ses trois voiliers dont le *Windsurf* (ex-*Club Med 1*). A noter que son expérience dans l'organisation d'événements en mer se traduit par une nouvelle offre baptisée Séminaires Bleus.

www.thecruisecompany.mc



Le Royal Clipper