



**DOSSIER DE PRESSE
2010**

La croisière tient ses promesses.

Avec à nouveau 12% de croissance en 2010, la France prouve s'il en était besoin qu'elle n'est plus à la traîne, puisque ce taux de croissance est exactement celui de l'ensemble du marché européen.

Au cours d'une année indécise, les croisières tirent fièrement leur épingle du jeu.

Pourtant, beaucoup reste à faire.



Faire connaître au public et aux agences de voyages la variété, la diversité, la qualité et l'extraordinaire rapport qualité – prix des croisières est une tâche de longue haleine : n'oublions pas qu'il y a encore quelques années, la plupart des agences de voyages considéraient que la croisière était un produit à part, réservé à une riche élite où à quelques nostalgiques refusant l'aviation commerciale.

Pour aider la France à rattraper son retard, les compagnies de croisières, maritimes et fluviales, ont énormément investi, non seulement en navires, mais aussi en communication, tant vers le public que vers les professionnels du tourisme que sont les agents de voyages.

Pas de croisières sans ports. Les pays où la croisière s'est le plus développée sont évidemment ceux dans lesquels les ports se sont le plus investis pour offrir aux passagers des conditions de transit, d'accueil et... de départ spécialement étudiées pour ce type de navires et de passagers. A cet égard, Marseille, dont le Club de la Croisière est membre à part entière de l'AFCC, a brillamment montré la voie. D'autres ports font désormais des efforts notables, créant également des "clubs de la croisière" qui vont contribuer à cette dynamique globale.

France Ferries & Croisières est devenue l'AFCC : en se consacrant exclusivement à la promotion des croisières, l'association met toutes ses forces au service de la profession, c'est à dire des agents de voyages qui sont en quête de produits à forte valeur ajoutée. L'AFCC, avec la labellisation des agences les plus impliquées, son nouveau site web et sa politique de formation, est à la pointe de l'action. Elle est tout simplement à l'image de ses membres, dynamique et fière de son secteur d'activités.

L'avenir est incertain ? C'est dans sa nature ! Et il l'est pour tout le monde. Dans cette période de doute, c'est un avantage incomparable que d'avoir des produits d'exception, une forme de tourisme complète, abordable et d'une extrême qualité. Alors la croisière ? En avant toute !!

François Weill
Président

Sommaire

Introduction	Page 4
FFC : ses objectifs et ses moyens	Pages 4 & 5
Liste et contacts des membres de AFCC, organisation interne	Pages 6 & 7
Bilan des actions 2009	Pages 8 & 9
Perspectives 2010	Pages 10 à 13



L'Association Française des Compagnies de Croisières réunit la quasi-totalité des compagnies maritimes (croisières et ferries) et fluviales en France. Créée en 1999, cette association, à l'origine nommée FFC, a pris la suite naturelle de l'ancienne association Croisimer dont les origines remontent aux années 60.



L'association Française des Compagnies de Croisières réunit la quasi totalité des compagnies maritimes et fluviales commercialisées sur le marché français.

L'Association Française des Compagnies de Croisières (AFCC) est l'un des membres fondateurs et administrateur de l'European Cruise Council (ECC)

European Cruise Council est l'organisme qui, à l'échelon européen assure la promotion et la défense des intérêts de la croisière et du transport maritime auprès des instances communautaires à Bruxelles. Il regroupe au niveau européen les grandes compagnies de croisières nationales et internationales ainsi que les associations nationales des principaux pays d'Europe (telles PSA (Passengers Shipping Association) en Grande Bretagne et l'AFCC en France). Le but de ECC est de promouvoir les activités de ses adhérents et d'oeuvrer au sein de l'ECSA (European Community Shipowner's Association) pour intervenir auprès de la Commission et du Parlement européens sur des sujets réglementaires, fiscaux ou sociaux, qui touchent directement les exploitations de ses membres. Entre autres, ECC publie régulièrement une étude d'impact des croisières sur l'économie européenne.

En même temps que l'AFCC sur le plan national, ECC annonce aujourd'hui 15 mars 2010 lors du Seatrade de Miami les chiffres européens du marché de la croisière.

Objectifs de l'association

L'Association Française des Compagnies de Croisières s'est donnée pour mission centrale de promouvoir l'image plurielle de la croisière et son développement commercial en France. Elle entend également présenter les résultats d'ordre économique, entendu que la France est à la fois un pays émetteur, une destination très prisée et un pays constructeur de navires

Son engagement en tant que membre fondateur de ECC, la mutualisation des expériences de chacun des membres, la mise en commun de moyens et une exceptionnelle palette d'arguments lui permettent d'engager une gamme d'actions :

Communiquer et sensibiliser

en permanence les vendeurs, les relais d'opinion, les partenaires institutionnels, les enseignants, les responsables du réseau de distribution et la presse sur :

- ➡ l'intérêt et les enjeux économiques de la vente de croisières et du transport maritime à un large public : taux de commission motivants, produits de fidélisation mais également de conquête, faible taux de réclamation,
- ➡ les évolutions de l'offre : la diversité des formules et destinations, les sorties et les caractéristiques des nouveaux bateaux et navires, les prestations offertes...
- ➡ des données chiffrées fiables : nous ne communiquons que des statistiques et des données vérifiées et croisées avec celles de European Cruise Council,

émanant des sièges des compagnies ou de leurs filiales et/ou représentants en France. Si une estimation s'avère nécessaire faute de données suffisamment précises ou exhaustives, nous l'indiquons clairement. Les chiffres ne sont publiés qu'après croisement des informations reçues, vérifications, retrait des éventuels doublons, etc. C'est cet effort particulier qui rend les statistiques de l'AFCC et de ECC certaines et validées par toute l'industrie.

- ➡ Former les conseillers vendeurs en agences de voyages sur les spécificités des compagnies et des bateaux, la vie à bord, les formules les mieux adaptées par type de demande et de clientèle.
- ➡ Entre 10 et 15 villes reçoivent chaque année la visite de l'ensemble des membres. Ces opérations sont très suivies.
- ➡ Sensibiliser et accompagner les enseignants qui préparent les étudiants au diplôme de BTS Vente et Production Touristique dont le programme inclut le marketing et la vente des croisières maritimes, fluviales et des ferries. Chaque année par exemple, le salon TOP CRUISE et l'AFCC sont associés dans un programme de formation vers ce public.

Représenter et faire valoir

Les spécificités des compagnies et de leurs distributeurs auprès des Pouvoirs Publics - Secrétariat d'Etat au Tourisme, Conseil National du Tourisme - et des instances professionnelles (Syndicat National des Agences de Voyages/SNAV, CETO, APS).

L'association se donne également pour mission de présenter des statistiques fiables en direction de la presse professionnelle, touristique ou encore économique.

L'adhésion des compagnies à L'Association Française des Compagnies de Croisières est soumise à l'approbation des administrateurs de l'association sur des critères objectifs de qualité et de fiabilité. Les membres de l'association disposent ainsi d'une offre claire, et d'une stabilité sur leur marché.

- ➡ **Les membres de l'Association Française des Compagnies de Croisières sont des partenaires stables avec lesquels les professionnels peuvent développer leurs ventes tourisme.**

Les membres de l'Association Française des Compagnies de Croisières déploient des moyens considérables pour développer leur activité avec des campagnes de communication tous supports (télévisuel, radio, presse et maintenant Internet etc.) La notoriété de l'activité croisière et ferries vis-à-vis du grand public est en net progrès depuis quelques années. Une partie de leurs ressources (budget marketing) est consacrée aux professionnels du voyage.

Les membres de l'Association Française des Compagnies de Croisières

(compagnies et organisations)

Athenaeum	
- Viking Croisières Fluviales	www.athenaeum.fr
Club de la Croisière Marseille Provence	www.marseille-cruise.com
Compagnie du Ponant	www.ponant.com
Compagnie Internationale de Croisières	www.unoceandecroisieres.com
- Cunard	
- Norwegian Cruises Lines	
- Princess Cruises	
- Seabourn	
Costa Croisières	www.costacroisieres.fr
Croisières de France - CDF	www.cdfcroisieresdefrance.com
CroisiEurope - Croisimer	www.croisieurope.com
Echos du Large	www.echosdularge.com
- Carnival Cruise Line	
- Crystal Cruise Line	
- Disney Cruise Line	
- Norwegian Cruises Lines	
- Sea Cloud Cruise	
- Seadream Yacht Club	
Hurtigruten	www.hurtigruten.fr
Latitude Sud	www.latitudesud.fr
- Azamara	
- Celebrity Cruises	
- Royal Caribbean	
Louis Cruise Lines - CroisiFrance	www.louiscruises.com
Plein Cap	www.plein-cap.com
Marsans	www.marsans.fr
MSC Croisières	www.msccroisieres.fr
NDS	
- Classic International Cruise	www.classicintcruises.com
Rivages du Monde	www.rivagesdumonde.com
Silversea	www.silversea.com
Star Clippers	www.starclippers.com

Les institutions, sociétés et autres partenaires de l'AFCC

IFTM (ex TOP RESA)		01 47 56 24 39
Club de la croisière – Marseille *	04 91 39 58 59 (membre de l'AFCC)	
Night and Day – Communication Video		01 64 90 96 43
Amadeus (Système de distribution globale)		www.amadeus.fr
F.F.T.S.T (Fédération Française des Techniciens Supérieurs du Tourisme)		www.fftst.org
M. Jean-Paul Pagès (consultant maritime et portuaire)		01 45 49 08 19

Le Conseil d'Administration de l'AFCC

- Georges Azouze (Costa Croisières)
- Robiha Deloubrière (Latitude Sud – RCCL)
- Erminio Eschena (MSC Croisières)
- Béatrice Frantz Clavier (Star Clippers)
- Cédric Rivoire Perrochat (Echos du Large)
- Annie Claire Roos Briot (Membre individuel)
- Christian Schmitter (CroisiEurope/CroisiMer)
- Yannis Vassilakopoulos (CroisiFrance – Louis Cruises)
- François Weill (Membre individuel)

Le Bureau de l'AFCC

Président :

François WEILL

Vice-président :

Yannis VASSILAKOPOULOS

Secrétaire Général :

Georges AZOUZE

Trésorière :

Annie-Claire ROOS

Coordinatrice : **Caroline MOISSET** (Hurtigruten)

Président d'honneur : **Jean-Claude HELARY**

Départs et Nouveaux Adhérents

Nous avons le plaisir d'avoir vu nous rejoindre trois nouveaux membres :

- **Plein Cap** (MS Adriana)
- **NDS/Classic International Cruises** (MS Danae, MS Arion,
- **Le Club de la Croisière Marseille Provence**, avec laquelle nous entretenons depuis longtemps des relations étroites de partenariat (notamment avec le salon Top Cruises) et qui est désormais membre à part entière de l'AFCC, soulignant ainsi le lien étroit entre le marché de la croisière en France et le dynamisme de certains ports de croisière français.

Une compagnie (The Cruise Company) vient de nous annoncer qu'elle devait quitter l'association.

IFTM - TOP RESA 2009

Pour la seconde fois, l'activité croisière a bénéficié d'un grand stand global sur le salon Top Résa, indépendamment des nombreux stands propres à chaque compagnie.

L'Association Française des Compagnies de Croisières y a proposé des séances de formation sur le produit croisière et de nombreuses autres animations. Ce stand nous a permis de mieux faire connaître aux agents de voyages notre projet de labellisation d'agences "Expert Croisières" et de nombreuses candidatures y ont été recueillies.

D'une manière générale, le stand de l'AFCC a attiré un nombre considérablement accru de visiteurs désireux de mieux percevoir l'ensemble du marché de la croisière et son importance croissante, tant dans le domaine maritime que fluvial, pour les agences de voyages.

Le stand de l'AFCC également agi comme une sorte de portail pour les agences qui n'étaient pas jusqu'ici sensibilisées à ce secteur d'activité, et a permis à ceux-ci une approche facilitée et une introduction vers les stands des compagnies exposantes membres de l'AFCC.

TOP CRUISE (10 octobre 2009)

Très beau succès pour cette nouvelle "version maritime" de Top Cruise, organisé par le Club de la Croisière Marseille Provence et dont l'AFCC est activement partenaire. 5 magnifiques paquebots de croisière ont pu accueillir des centaines d'agents de voyages qui ont déjeuné à bord des navires de Louis Cruises (CroisiFrance), d'Oceania Cruises, de MSC Croisières et de Costa Croisières. Plusieurs centaines d'entre eux ont assisté aux conférences et aux séances de formation organisées par l'AFCC et Top Cruises, dans le cadre magnifique du Costa Concordia et du MSC Fantasia.

La manifestation a également permis aux agents de voyages de se préparer au Jour le Plus Long de la Croisière qui avait lieu 5 jours plus tard.

L'édition 2010 de Top Cruise confirmera ce succès en accentuant encore l'aspect formation des agents de voyages, et sera organisée, toujours sur le port Croisières de Marseille et avec la collaboration des paquebots et des compagnies, en liaison avec le salon Seatrade MED qui pour la première fois se tiendra en France, à Cannes, du 30 novembre au 2 décembre 2010.

Formation et Roadshows

Bonne fréquentation des agences sur les roadshows moins nombreux en 2009 : l'AFCC s'est cette année plus fortement consacrée à la formation sur les salons, notamment IFTM Top Resa et bien sûr Top Cruise, et sur le développement du projet de labellisation des agences.

Toutefois dès 2010, le rythme des Roadshows d'AFCC reprend à raison d'une douzaine par an, avec un aspect formation encore accentué.

3^{ème} édition du « jour le plus long de la croisière

Après le succès des éditions 2007 et 2008, et en tenant compte des observations formulées par les agences de voyages participantes, l'Association Française des Compagnies de Croisières a organisé le 15 octobre 2009 la 3^{ème} édition de cette opération..

Rappelons le principe de cette opération : les compagnies maritimes membres de l'AFCC, c'est-à-dire la quasi-totalité des compagnies présentes ou représentées sur le marché français, proposent aux agences participantes une aide pour animer leurs agences durant le Jour le plus long de la croisière, ainsi qu'une remise de 5% et de nombreux avantages pour les clients inscrits durant cette journée exceptionnelle.

Les agences qui s'inscrivent s'engagent à mettre en place des actions d'animation et de promotion active vis-à-vis de leurs clients, leurs prospects, grâce à des mailings, des bannières sur leurs sites web, des réunions de clients, et toutes initiatives de leur choix. L'AFCC leur fournit des outils graphiques, promotionnels les compagnies les approvisionnent en PLV et brochures afin qu'elles puissent mettre tout particulièrement en valeur les croisières auprès de leurs clients.

Quelques chiffres

- 6.719.000 € de chiffre d'affaires (+ 22,89% par rapport à 2008)
- 5448 passagers (+ 23,11 % par rapport à 2008)
- 763.650 € de commissions pour les agences de voyages (+ 26,11 %)

Ce très beau résultat a été obtenu en une seule journée, alors que l'an passé, le Jour Le Plus Long De La Croisière s'était étendu sur 2 jours.

Ce résultat conforte les observations selon lesquelles la croisière, tant maritime que fluviale, dans toute la diversité de ses marques, de ses navires, de ses formules et de ses itinéraires, constitue un axe de croissance exceptionnel dans l'offre touristique présente sur le marché français.

La progression du chiffre d'affaires est à peu de choses près la même que celle du nombre de passagers. Il faut noter des disparités en plus ou en moins selon les compagnies. Durant les deux années précédentes, les résultats du Jour Le Plus Long De La Croisière ont montré une "prime aux leaders", dont la progression est particulièrement évidente : c'est un phénomène normal dans une opération aussi resserrée dans le temps, et c'est encore le cas cette année. Toutefois, certaines compagnies de taille moyenne ou plus spécialisées ont également connu une très belle progression.

A noter : l'accroissement significatif des commissions versées aux agences de voyages. Ces résultats, qui sont la compilation des informations fournies par chacune des compagnies membres de l'association, nous confortent dans nos efforts : ceux des compagnies elles-mêmes, bien sûr, mais aussi ceux de l'AFCC qui unit nos différences et nos spécificités dans une cohérence et une action communes chaque jour plus efficaces.

Perspectives 2010

2010 sera une année importante pour l'AFCC qui met en place de nombreux nouveaux outils nouveaux et franchit une étape importante dans son rôle auprès des agents de voyages, du public, des compagnies membres et des pouvoirs publics.

L'AFCC ne fonctionne que grâce aux cotisations de ses membres et dispose d'un budget très limité et d'aucun salarié. C'est la différence avec d'autres associations en Angleterre et aux USA qui disposent de collaborateurs permanents, pour des marchés il est vrai beaucoup plus importants.

C'est sur l'énergie de chacun de ses membres et son implication dans un processus global de promotion et de formation que se fonde le succès de AFCC.

MISE EN PLACE DES PROJETS **Nouveau site Internet** **Agences "Expert Croisières"**

Notre nouveau site Web est une réalité. Il est mis en ligne aujourd'hui-même, 15 mars 2010, mais ne tournera à plein régime qu'à partir de la première quinzaine d'avril.

Au même moment, le projet de labellisation des agences de voyages s'est concrétisé et dès aujourd'hui, le public peut trouver sur le site de l'AFCC www.afcc-croisieres.fr l'agence labellisée "Expert Croisières" la plus proche de son domicile. A ce jour, environ 150 agences ont été labellisées et plusieurs centaines sont à l'étude. Le nombre d'agences "Expert Croisières" devrait avoisiner 4 à 500 d'ici décembre 2010.

Parmi les avantages des agences labellisées, une priorité d'accès aux formations, voyages d'étude, visite de navires, événements particuliers, PLV, et un contact prioritaire avec les producteurs qui considéreront ces agences comme des partenaires privilégiés en matière d'action promotionnelle et d'initiatives. Et bien sûr le fait d'être repérées comme telles par le public sur le site internet de l'AFCC.

Les agences "Expert Croisières" doivent s'impliquer dans la mise en valeur des produits de croisière maritime et fluviale grâce à l'utilisation des outils promotionnels des compagnies. Elles doivent s'engager à participer aux formations proposées par l'AFCC et ses membres, notamment aux roadshows dans leur région, au "Jour le plus long de la croisière" et aux autres manifestations que l'AFCC pourrait être amené à leur proposer. Elles s'engagent à inciter leurs collaborateurs à être proactifs et à proposer les croisières de toute nature tant que possible, auprès de leurs clients.

Ainsi, les activités principales de l'AFCC, les Roadshows, les salons, le Jour le Plus long de la Croisière, la labellisation des agences et le site internet de l'AFCC se trouvent unies dans un même mouvement et s'interpénétreront de plus en plus pour une plus grande efficacité.

Les Roadshows et Salons

En 2010, l'AFCC programme une douzaine d'escales réparties sur l'ensemble de l'année. Une formation globale sur la diversité de la croisière et son adaptation aux différents types de clientèle aura lieu lors de la plupart des roadshows.

Sous réserves de modifications, voici la répartition des Roadshows 2010 :

Printemps :

Le **mardi 23 mars 2010** de 16h à 21h 30 à **LYON** (à bord du MS Camargue – CroisiEurope)

Le **jeudi 25 mars 2010** de 15h à 21h à **PARIS** (à bord du MS Princess - CroisiEurope)

Le **mardi 30 mars 2010** de 16h à 20h à **STRASBOURG** (à bord du MS France – CroisiEurope)

Le **jeudi 8 avril 2010** à **NICE**

Le **mardi 13 avril 2010** à **BORDEAUX**

Le **mardi 20 avril** à **TOULOUSE**

Le **mardi 4 mai 2010** à **CLERMONT FERRAND**

Le **jeudi 6 mai 2010** à **LILLE**

Les workshops pour l'automne :

Le Havre, Tours, Grenoble, Rennes, Montpellier

Comme l'an passé, un stand AFCC sera ouvert aux visiteurs et à la presse lors du prochain salon **IFTM TOP RESA**. Ce salon, partenaire de l'AFCC, nous permettra comme l'an passé d'accentuer la motivation des agences de voyages pour le produit croisière, et sera un point de rendez-vous incontournable.

Le développement du partenariat avec **Top Cruise** continue et s'accroît. L'AFCC poursuivra ses actions de formation auprès des agents de voyages avec d'autant plus de vigueur que celles-ci seront liées au **Seatrade MED** qui se tiendra à Cannes du 30 novembre au 2 décembre 2010.

Seatrade MED 2010 à Cannes

Le Seatrade est un événement d'ampleur mondiale. Il s'agit d'un salon professionnel de très haut niveau concernant tous les aspects de l'industrie du transport maritime.

Le Seatrade MED, plus orienté vers les pays méditerranéens, se tient pour la première fois en France cette année, et il s'agit là d'un événement significatif puisque pour la première fois la France est reconnue comme un acteur important dans le développement de l'industrie de la croisière.

L'AFCC est partenaire du Seatrade Med et, en collaboration avec Top Cruise, assurera des séances de formation.

D'autres actions en partenariat sont à l'étude et des communications spécifiques sur ce sujet vous seront régulièrement adressées.

D'ores et déjà vous trouverez ci-dessous le communiqué, en langue anglaise, de Seatrade MED

Seatrade Med – the largest gathering of cruise industry executives and the only event of its kind in the region.

The Mediterranean's own unique biennial meeting place for the cruise industry moves this year to one of the region's most glamorous convention venues, the Palais des Festivals et des Congrès in Cannes. Held in association with French Riviera Cruise Club, and supported by MedCruise, Seatrade Med is coming to France for the first time in its history.

Industry observers forecast continued growth in the size and diversity of the Mediterranean as a cruise destination, with more ships, more brands, more passengers, more ports and more calls in an ever-extending cruise season.

At the last Seatrade Med, which took place in 2008 in Venice, 3800 participants from 54 different countries took part in the convention, which attracts senior buyers, planners and top-level executives from all cruise lines operating in and around the region. No other event brings together this calibre of cruise industry professionals under one roof, with two and a half days of targeted business opportunities, combining:

A major exhibition showcasing the whole range of cruise products from hotel and leisure supplies to engineering and technical services, as well as hosting the greatest collection of Mediterranean ports and destinations plus an extensive range of global destinations.

A wide-ranging conference programme focusing on the hottest topics affecting cruise in the region. Leading experts from the major cruise lines, regional associations and global stakeholders debate key issues and lead discussion on the industry's challenges and opportunities.

An intensive travel agent training course, presented this year in association with Top Cruise by Marseille Provence Cruise Club! The course is specifically designed to maximise sales and profits through industry knowledge, marketing and selling skills. Delegates also visit international destinations at the exhibition.

Great social events providing the perfect platform for relaxed networking and relationship-building as well as an opportunity to unwind after a busy day. One of the highlights of this year's programme will be a splendid evening at the Nice Opera House, a classified historic monument and leading venue for opera, music concerts and ballet.

In association with: French Riviera Cruise Club

Principal sponsor: Riviera Ports Authority

Sponsors: Antibes Port, Club Croisiere Bastia, STX Europe

Principal supporter: MedCruise

Supporters: Association Francaise des Compagnies de Croisieres (AFCC)
European Cruise Council (ECC)
Association of Cruise Experts (ACE)(UK)
Passenger Shipping Association (PSA)(UK)

Le jour le plus long de la croisière en 2010

Après le succès de l'édition 2009, nous avons décidé de renouveler l'opération sous une forme étendue : désormais, le Jour le Plus long de la Croisière est bien le plus long, puisqu'il dure **3 JOURS les 12, 13 et 14 octobre 2010**. Plusieurs points d'organisation ont été revus afin de rendre l'opération toujours plus efficace.

Un communiqué complet sur cette opération vous sera adressé en temps utile. Comme toujours, une charte précisant les conditions de participation sera en ligne sur notre site web et les participants devront y adhérer par écrit.

Le Jour Le Plus Long De La Croisière sera ouvert à toutes les agences de voyages qui souhaiteront y participer, quel que soit leur mode de distribution (agences physiques ou agences en ligne).

La formation

Outre les séances durant les workshops et sur les salons, l'AFCC étudie différentes options en matière de formation sur notre site Web.

Les partenariats

Trois membres de l'AFCC (Jean-Claude Hélyary, Jean-Paul Pagès et François Weill) sont membres du CNT (Conseil National du Tourisme). Le Ministre Hervé Novelli ayant sélectionné la croisière comme sujet des études et recommandations pour 2010 par le CNT, il s'agit là de la manifestation d'une prise de conscience par les pouvoirs publics du rôle économique éminent et de la contribution qu'apporte l'industrie de la croisière à l'économie du pays sur tous les fronts, et notamment en matière d'emploi (construction, ports, commerces, tourisme réceptif, etc).

Signalons encore que chaque lundi à 11h30 sur La Radio de la Mer (www.laradiodelamer.fr) François Weill tient, en tant que président de l'AFCC, une chronique sur les croisières : "Tous à bord !".

Les résultats 2009

du secteur de la croisière

en France et en Europe



Nous vous communiquons ci-dessous uniquement les chiffres dont nous sommes sûrs et qui concernent le nombre de passagers.

D'autres informations suivront très rapidement, notamment sur le plan européen et sur le plan mondial, et ce dossier, réactualisé et complété, sera disponible sur le site Internet de l'AFCC www.afcc-croisieres.fr dès que les éléments complémentaires seront disponibles.

Lorsque nous avons dû procéder à des estimations, nous l'indiquons clairement.

Ces chiffres sont établis en étroite coopération avec ECC (European Cruise Council) et la société britannique IRN Research. Nous croisons nos informations, éliminons les doublons, et pouvons ainsi valider conjointement nos résultats qui sont certifiés par ECC/IRN research.

15 mars 2009

Avec 347.000 passagers contre 310.000 en 2008, le marché français de la croisière maritime enregistre pour la deuxième année consécutive une progression de 12%.

Ce taux de croissance est identique à celui du marché européen dans sa globalité. Celui-ci a atteint 4,942 millions de passagers.

La belle croissance du marché français se maintient depuis 2007 et lui permet de maintenir, mais pas d'augmenter, sa **part du marché global européen (7%)**.

Passagers (000s)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% évolution 2008-2009
Royaume Uni	964	1,029	1,071	1,204	1,335	1,477	1,533	4
Allemagne	537	583	639	705	763	907	1,027	13
Italie	346	400	514	517	640	682	790	16
Espagne	307	300	379	391	518	497	627	26
France	212	222	233	242	280	310	347	12
Scandinavie (Finlande incl..)	54	56	42	62	94	123	174	41
Benelux	42	41	42	64	82	92	109	19
Suisse	47	50	51	56	64	65	75	16
Autriche	35	38	39	44	52	59	75	27
Portugal	14	14	15	18	20	28	30	8
Autres	113	101	102	105	155	183	184	1
Total	2,671	2,835	3,126	3,409	4,004	4,422	4,942	12

A l'intérieur de l'Europe, on note d'intéressantes évolutions :

- Le Royaume Uni reste largement en tête, avec 31,5% du marché européen et 1,533 millions de passagers, même si l'on note cette année un tassement de sa croissance (4%).
- Avec 13% de progression, l'Allemagne franchit la barre du million de passagers avec 1,027 croisiéristes.
- L'Italie voit son nombre de passagers augmenté de 16% avec 790.000 passagers.
- L'Espagne réalise une extraordinaire progression de 26% avec 627.000 passagers. Un résultat étonnant dû à de nombreux facteurs : parmi ceux que l'on peut identifier, on note une grande augmentation de la capacité et de l'offre en provenance tant de grandes compagnies étrangères que des compagnies de croisières espagnoles ou structurellement implantées en Espagne, et tout particulièrement le nombre grandissant de départs de Barcelone qui garantissent un usage souvent exclusif des langues ibériques à bord des navires.

LES DESTINATIONS DES FRANÇAIS EN CROISIÈRE

A noter : le tableau en page suivante est sujet à de (très) légères modifications, de l'ordre de 3000 passagers, qui seront, le cas échéant, immédiatement communiquées.

Les destinations choisies par les passagers français évoluent peu. La Méditerranée reste de très loin la première destination pour les Français (69%), suivie par les Caraïbes (14%). A noter

qu'à l'échelon global européen, la part de la Méditerranée n'est que de 57%.

Les chiffres concernant les séminaires et affrètements tels que les collecte IRN Research ne semblent pas permettre actuellement de les répartir par destination.

Passagers (000s)		
Destination	2008	2009
Méditerranée / Mer Noire	200	233
Caraïbes/Antilles/Bermudes	46	47
Scandinavie/Baltique	18	19
Iles Atlantique, GB, Europe de l'Ouest	14	11
Transatlantiques	11	10
Orient/Asie/Australie	3	4
Amérique du sud	3	3
Cote ouest USA/Mexique/Hawal/transcanal	1	1
Autres	7	13
Charters - Incentives, séminaires,CE etc *	6	8
Total	310	347

*destinations non identifiées

Source : ECC/IRN Research (provisoire, sujet à des modifications mineures après le 15 mars)

RAPPEL : Les chiffres définitifs européens seront annoncés par European Cruise Council ce jour 15 mars 2010 lors du Seatrade de Miami.

Ils seront disponibles en téléchargement dans la rubrique "Presse" de notre site Internet www.afcc-croisieres.fr dès qu'ils seront en notre possession.



Les chiffres 2009 de la croisière fluviale

Comme l'an passé, les chiffres de la croisière fluviale sont difficiles à obtenir. Outre les membres d'AFCC, qui sont de loin les plus importants acteurs, il existe à l'étranger d'autres compagnies fluviales qui ne font pas partie de l'association, et qui ne communiquent pas leurs chiffres, ni à l'AFCC, ni à ECC. Revendus par des réceptifs, des voyagistes ou directement auprès de collectivités, nous ne pouvons procéder que par recoupements et procéder à une estimation.

En 2008, nous avons annoncé une estimation de 170.000 passagers, dont 142.000 sur les compagnies membres de l'association, et une estimation raisonnable de 28.000 sur d'autres compagnies.

2009 n'a pas vu d'augmentation globale : si certaines compagnies ont très légèrement progressé, d'autres ont vécu une année moins positive que précédemment. Le nombre global de passagers sur les compagnies membres de l'AFCC a été de 138.300, soit une diminution de 2,6 %. Un taux que nous reprenons pour notre évaluation des passagers sur d'autres compagnies, et qui nous conduit à évaluer le marché français de la croisière fluviale pour **2009** à hauteur de

165.000 passagers.

Autrement dit :

Les passagers de croisière français se répartissent en 2/3 pour la croisière maritime et 1/3 pour la croisière fluviale