



Perspectives de l'Industrie de la Croisière : une évolution continue de la croisière stimule la croissance de l'industrie

CLIA publie les Perspectives et Tendances 2016 de l'Industrie de la croisière

Washington DC, le 2 décembre 2015 – CLIA (Cruise Lines International Association) a publié les *Perspectives 2016 de l'Industrie de la Croisière*, dévoilant que la croisière est toujours en croissance et évolue à un rythme record.

L'industrie ne montre aucun signe de ralentissement, avec près de **24 millions de passagers** attendus en 2016, une incroyable augmentation comparé aux 15 millions il y a 10 ans (2006), ou au 1,4 million lorsque CLIA a commencé à étudier le nombre de passagers en 1980. CLIA a aussi révélé que les compagnies membres ont prévu en 2016 de lancer **27 nouveaux navires maritimes, fluviaux et d'expédition** pour un investissement total de **plus de \$6,5 milliards dans les seuls nouveaux navires**. Les agents de voyages enregistrent également une hausse des demandes de croisières. Huit agents de voyages membres de CLIA sur dix ont indiqué s'attendre à une hausse des ventes de croisières en 2016 par rapport à l'année précédente.

« Dans un effort de faire de la croisière la meilleure offre de vacances possible, l'industrie continue à évoluer pour s'assurer qu'il y ait une croisière pour chaque type de voyage et chaque budget » a déclaré Cindy D'Aoust, Présidente Exécutive par intérim de CLIA. « En créant des navires uniques, de nouvelles expériences et l'accès à de nouvelles destinations à travers le monde, l'évolution, l'attrait et le rapport qualité/prix du voyage en croisière continue à stimuler la croissance mondiale de l'industrie. »

La croisière génère aussi un important impact économique positif dans le monde. La contribution économique de l'industrie de la croisière en 2014 a été de **\$119,9 milliards**, soutenant **939.232 emplois à plein temps** pour un total de **\$39,3 milliards de masse salariale**.

Voici les *13 tendances de l'industrie de la croisière* qui montrent comment elle a su évoluer pour s'adapter aux attentes actuelles des voyageurs :

1. **Augmentation de la croisière fluviale** - Les croisières fluviales gagnent en popularité, introduisant un rapport qualité/prix et une expérience de voyage unique auprès de nouveaux croisiéristes. Les compagnies membres de CLIA déploient à ce jour **170 bateaux fluviaux** avec **18 nouveaux bateaux en commande** pour 2016, une augmentation de **plus de 10%**.

2. **Plus de navires, plus d'options** – En 2015, il y a un total de **471 navires de croisières*** auxquels viendront s'ajouter **27 nouveaux navires maritimes, fluviaux et d'expédition** en 2016.
3. **Partout dans le monde** – Il y a cinq ans, la croisière était quasi inexistante en Asie. Aujourd'hui, la région connaît la plus forte croissance de l'industrie de la croisière. Entre 2012 et 2014, le volume passagers est passé de 775.000 à près de **1,4 million de passagers**, un taux de **croissance annuel moyen de 34%**.
4. **De beaux jours pour la croisière** – Tandis que l'Asie continue sa rapide progression, l'Australie connaît aussi une hausse record. L'industrie de la croisière en Australie a en effet franchi une étape importante en 2014, dépassant le million de passagers dans une année calendaire. En dix ans, les croisiéristes australiens ont augmenté de plus de six fois, en partant de 158.000 en 2004.
5. **Des spécialistes des croisières** – L'industrie de la croisière continue de tirer parti de l'expertise de spécialistes pour aider à la prise de décision d'un voyage. Il y a aujourd'hui plus de **30.000 agents de voyages membres de CLIA dans le monde** comparé à 12.000 agents de voyages en 2010.
6. **Connectivité et navigation** – L'industrie de la croisière a fait du désir du consommateur de rester connecté, une priorité. La plupart des croisières offrent à bord une myriade de possibilités de connexion WiFi, échanges de messages et de partage de données.
7. **L'amour du Luxe** - Le désir pour le voyage de luxe est en hausse. Les compagnies spécialisées y répondent avec des expériences de yachting, des services de conciergerie, des visites inédites, de la gastronomie et des services de majordomes.
8. **Des marques sur mer** – Les compagnies de croisières rivalisent en termes de partenariats et utilisent l'attrait des marques pour toucher de nouveaux publics. Depuis les marques liées aux familles telles que LEGO et Dr. Seuss jusqu'aux marques de luxe comme Hermès et Veuve Cliquot, et même des concepts culinaires tels que Johnny Rockets et Margaritaville, les marques naviguent désormais à bord des navires.
9. **Les navires sont la destination en soi** – Alors que les navires de croisières étaient autrefois considérés comme un mode de transport, aujourd'hui nombre d'entre eux offrent l'expérience d'une destination. Les navires les plus récents offrent des expériences sans précédent telles que des productions de Broadway et des boutiques de designers et même des tyroliennes ou des auto-tamponneuses.

10. **Passer la nuit** – De nombreuses compagnies de croisières offrent des nuitées dans des escales pour permettre aux croisiéristes de s’immerger dans la vie de la destination.
11. **Voyage inter générations** – La croisière intergénérationnelle est devenue un choix populaire pour les réunions familiales ou pour les vacances en famille d’une vie. Avec des activités pour satisfaire chaque âge, des plus petits aux plus âgés, les croisières assurent à la fois indépendance et proximité qui font des voyages intergénérationnels une réussite.
12. **Volontarisme** – Plus de croisières « volontaristes » seront disponibles en 2016 avec plusieurs navires proposant des excursions pour aider des zones dans le besoin dans le monde. Une magnifique opportunité et une expérience rare pour embrasser et soutenir la culture locale.
13. **Personnalisation culturelle** – Les compagnies de croisières continuent à personnaliser les navires selon la culture des passagers. Du shopping aux préférences alimentaires, les navires sont conçus pour être au service des passagers tout en rendant hommage à leurs escales.

À propos de Cruise Lines International Association (CLIA) – Une Industrie, Une Voix :

Célébrant son 40^{ème} anniversaire en 2015, Cruise Lines International Association (CLIA) est la voix unifiée de l’industrie et la principale autorité de la communauté mondiale de la croisière. En tant que plus grande association professionnelle des industriels de la croisière avec 15 bureaux dans le monde, CLIA est présente en Amérique du Nord et en Amérique du Sud, en Europe, en Asie et en Australasie. La mission de CLIA est de soutenir les politiques et les pratiques qui favorisent un environnement de croisière sûr, sécuritaire, sain et durable pour les plus de 22 millions de passagers qui voyagent chaque année, ainsi que la promotion de l’expérience de la croisière. Les membres se sont engagés à la réussite soutenue de l’industrie de la croisière et sont composées des plus prestigieuses compagnies maritimes et fluviales au monde ; les autres partenaires de l’industrie de la croisière sont des ports, des destinations, des constructeurs de navires, des fournisseurs, des services aux entreprises et opérateurs de voyage. Pour plus d’informations, consultez les sites www.cruising.org, www.cliafrance.fr, www.cliaeurope.eu et www.cruiseforward.org et vous pouvez retrouver CLIA sur Facebook et Twitter.

CONTACTS PRESSE



Sandrine Staub
sandrine.staub@laboutiquerp.com

Amandine Leymarie
amandine.leymarie@laboutiquerp.com