



AUCAME
Caen Normandie

ACT'URBA

15 - OCTOBRE 2017

Le boom des croisières maritimes



*Une réelle opportunité
pour la vallée
et la baie de Seine*

1. La croisière maritime : un produit touristique spécifique	4
Les origines.....	4
La croisière aujourd’hui : un modèle économique qui pousse au gigantisme... et à la diversification	4
Des retombées économiques en Europe qui profitent surtout aux pays qui accueillent des « têtes de ligne »	6
Des croisiéristes encore largement américains	7
Une clientèle européenne surtout attirée par les « destinations soleil »	7
2. Une clientèle qui se diversifie.....	7
Une clientèle française en progression et en mutation.....	8
3. Un marché mondial en forte croissance, dominé par les « destinations soleil »	10
Les Caraïbes, première destination mondiale	10
4. La France est avant tout une terre d’escales en Méditerranée et Outre-mer	12
5. Un marché européen dominé par la Méditerranée.....	14
L’offre de croisières maritimes en Europe se situe aux deux-tiers en Méditerranée	14
La fréquentation de la façade atlantique se concentre en Manche et Mer du Nord	16
6. La croisière maritime : un enjeu pour le développement touristique de la Normandie ..	20
Les ports du Havre et de la baie de Seine dominent nettement la façade atlantique française	20
Comment accroître les retombées économiques de la croisière maritime en Normandie ?	22

Directeur de la publication : Patrice Duny
Réalisation & mise en page : AUCAME 2017

Couverture : Port de Calix (Caen), Photo Aucame

Le présent document constitue la version intégrale d'un article à paraître en novembre 2017 dans le « document commun des cinq agences d'urbanisme de la Vallée de la Seine » sur le thème de l'année : « La Vallée de la Seine XXL ». Il s'agissait, en 2017, de mettre à jour les relations entre la Vallée de la Seine et les territoires voisins, ou plus éloignés, dans une logique inter-régionale et européenne.

Dans le cadre de la préparation de ce document, l'Aucame s'est chargé d'investiguer sur la place de la Vallée de la Seine dans le tourisme mondial et européen. Au cours de ce travail, il est apparu que le développement des croisières maritimes constitue une opportunité intéressante pour les ports de la vallée et de la baie de Seine

et notamment pour le plus important d'entre eux : celui du Havre.

Ces recherches interviennent également à un moment où, ici à Caen, l'intérêt pour la croisière maritime devient manifeste et s'est notamment traduit par la création d'un « Club croisières » qui fédère l'ensemble des acteurs locaux concernés.

Il nous a donc paru utile de publier les analyses qui suivent sur les dynamiques mondiales, européennes et françaises de la croisière maritime. Sans entrer dans le détail des enjeux locaux, elles contribuent à créer une connaissance partagée des grandes caractéristiques de cette activité touristique spécifique, mais en plein développement.

AVERTISSEMENT MÉTHODOLOGIQUE

La constitution de statistiques fiables à l'échelle mondiale et européenne sur les activités de croisières maritimes est un exercice particulièrement complexe. Il n'existe en effet aucune statistique unifiée. Pour réaliser le présent document, et notamment pour disposer d'une base de données sur la fréquentation des ports de croisière en Europe et en France, nous avons dû compiler, le plus honnêtement possible, quatre sources différentes :

- **Cruise Lines International Association (CLIA Europe)** qui produit des données harmonisées et régulières sur les ports les plus importants ;
- **Atout France** qui a réalisé un recensement exhaustif de la fréquentation des seuls ports français ;
- **Cruiseurope.com** qui met en ligne des données pour tous les ports européens mais pas toujours disponibles à la même date, ni actualisées, notamment pour les ports anglais ;
- **Le Comité régional du tourisme de Normandie** qui publie régulièrement des statistiques succinctes sur l'activité croisière des ports normands.

1. LA CROISIÈRE MARITIME : UN PRODUIT TOURISTIQUE SPÉCIFIQUE

Les origines

Comme souvent en matière de tourisme, c'est aux Anglais fortunés que nous devons l'invention de la croisière maritime telle que nous la connaissons aujourd'hui. En 1844, est organisé par la compagnie P&O, le premier voyage d'agrément en bateau avec escales entre l'Angleterre et l'Égypte, en passant par la côte ibérique, la Grèce et la Turquie.

Dès les années 1870, des lignes transatlantiques sont mises en place entre les États-Unis et l'Europe des deux côtés de l'océan. S'il ne s'agissait pas de croisières à proprement parler, les paquebots transatlantiques ont créé la référence en termes de décoration et de confort, mais également d'imaginaire de « la vie à bord d'un navire » accueillant un grand nombre de passagers.

La croisière maritime moderne est née dans les années 60, au moment même où le développement du trafic aérien amorcera le déclin, puis la disparition des lignes au long cours, et particulièrement des transatlantiques, dont la plus prestigieuse d'entre elles, celle de New-York. Les armateurs vont alors se tourner vers l'activité croisière qui s'avère prometteuse et reconvertir les paquebots en navires de croisière. C'est notamment le destin que connaîtra le « France », paquebot emblématique des débuts de la V^e République, racheté par un armateur norvégien.

L'activité croisière massive a réellement commencé dans les Caraïbes il y a une trentaine d'années. La destination, alors lancée par quelques armateurs, notamment norvégiens, constitue encore aujourd'hui la première du monde avec plus du tiers du total mondial des passagers.

Le secteur s'est alors structuré autour de quelques grandes compagnies, dont trois se partagent aujourd'hui 85 % du marché mondial : Carnival Corporation & PLC (dix marques dont le leader européen Costa

Croisières acquis en 1997), Royal Caribbean Cruise Line (RCCL, avec les marques Pullmantur, Celebrity, Azamara Cruises et Croisières de France en Europe) et Star Cruises (leader sur l'Asie-Pacifique). En 1981, le premier paquebot spécifiquement conçu pour la croisière, le « Tropicale », est lancé par Carnival.

Les chiffres utilisés dans le présent document sont majoritairement issus des rapports de la « Cruise Lines International Association (CLIA) » créée en 1975. Il s'agit de la principale association professionnelle de promotion de l'industrie de la croisière. Si les statistiques françaises sont de bonne qualité, il n'existe pas de données autres que celles de la CLIA réellement utilisables à échelle mondiale et même européenne.

La croisière aujourd'hui : un modèle économique qui pousse au gigantisme... et à la diversification

Le paquebot de croisière est devenu un concept touristique en soi qui répond à son propre « business model ». Il constitue à la fois un complexe touristique flottant et une destination. C'est à proprement parler un village de vacances mobile : il offre au passager l'hébergement et la restauration, mais également un large panel d'activités sportives, ludiques ou culturelles, sans oublier une offre commerciale large et diversifiée.

Même s'il croise dans des eaux paradisiaques, tout est fait pour faire du navire une destination en soi, au point de rendre secondaires les escales. D'où l'évolution récente des paquebots eux-mêmes avec la généralisation des cabines avec balcon, la disparition progressive des cabines aveugles (bientôt ouvertes sur un atrium central à l'air libre), le soin apporté à la qualité des espaces et à la décoration, et la diversification de l'offre de restauration. Côté activités, l'imagination

paraît sans limite : toboggans aquatiques, mur d'escalade, salles de spectacles, casino, espace de remise en forme,...

En effet, par définition, pendant les phases de navigation, les passagers sont captifs à bord du bateau. L'idée qui fonde le modèle économique de la croisière est de faire consommer au maximum les passagers, au-delà de ce qui est compris dans le forfait du billet, généralement l'hébergement, la restauration « de base » et un panel d'activités gratuites. Il s'agit donc de faire payer des « suppléments » aux passagers, sous forme de prestations ou activités non prévues, ou pour choisir une restauration différente.

Certains économistes affirment que la recette de la billetterie couvre tout juste les frais fixes de la croisière. Le bénéfice se trouve donc dans la consommation « hors forfait » des passagers à bord.

Ce modèle économique a deux conséquences majeures : d'une part, il pousse les armateurs à proposer des prix d'appel pour la croisière les plus bas possible afin de remplir au maximum les navires, car le taux de remplissage est capital pour couvrir les frais fixes. D'autre part, on assiste à une croissance de la taille des paquebots, qui deviennent gigantesques, pour réduire les coûts fixes par passager et augmenter la chalandise des commerces et prestations et activités « hors forfait ».

Cependant, cette course à la rentabilité a un coût : les nouveaux paquebots sont chers à la construction. L'« Harmony of the Seas » livré en 2016 par les chantiers STX de Saint-Nazaire a coûté 1,35 milliard de dollars (1,16 milliard d'euros). Ses dimensions sont en effet XXL : 362 mètres de long, 225 000 tonnes. Il peut accueillir 6 360 passagers. Plus récemment, l'« Oasis of the Seas », également livré par les chantiers STX est du même gabarit : 360 m de long, 47 m de large, 65 m de haut. Il dispose de 16 ponts et peut embarquer 6 630 passagers et 2 160 hommes

d'équipages. Il offre 2 700 cabines et 29 suites. Il est équipé de 21 piscines, d'un parc aquatique, de manèges, d'un spa, de bars et restaurants, d'un théâtre... Il n'a coûté « que » 900 millions d'euros !



Source : Royal Caribbean Cruise Lines RCCL

Cette course à la construction de paquebots géants devrait se poursuivre. Selon la CLIA, entre 2016 et 2019, pas moins de 50 nouveaux navires, totalisant plus de 133 000 lits devraient être construits : 48 d'entre eux devraient l'être dans un chantier européen, les deux autres au Japon. A ce jour, 21 de ces paquebots font d'ores et déjà l'objet d'une commande ferme, pour un montant total de plus de 11 milliards d'euros.

Cependant, si une partie de la clientèle, notamment les plus jeunes et les familles, est séduite par les gigantesques villages de vacances flottants, toute la clientèle n'adhère pas au concept. Un sondage BVA de 2016 pour Costa Croisières montre que si 50 % des Français déclarent apprécier les gros paquebots de croisière, 41 % d'entre eux déclarent préférer nettement les bateaux plus petits. On sait par ailleurs qu'une partie de la clientèle, notamment française, est motivée par la destination et/ou une offre culturelle. C'est en particulier le cas des clients plus âgés et plus fortunés.

Ainsi, à côté du produit massifié que représentent les gros paquebots, existe une demande pour des produits plus ciblés, plus personnalisés et qui correspondent à des navires plus petits. Les armateurs l'ont bien compris et cherchent également à diversifier leur offre pour amener vers la croisière de nouveaux clients aujourd'hui réticents.

C'est le cas par exemple des croisières polaires organisées par l'armateur français « Le Ponant » ou le norvégien « Hurtigruten ». Le coût de la croisière est bien plus élevé, de l'ordre de 8 000 € pour 12 jours, mais il offre une expérience d'aventure sur des navires de moins de 200 passagers. Cette offre séduit une clientèle de plus de 60 ans, mais également des familles plutôt aisées.

C'est également le cas d'armateurs qui se lancent dans les croisières culturelles et thématiques, autour de la musique par exemple, ou même de la gastronomie et de l'œnologie. Dans ce segment existent des offres qui consistent à faire intervenir des personnalités connues pour des conférences tout au long d'une croisière thématique.

Ce double mouvement de massification et de création de produits de niche montre l'étonnante plasticité et la réactivité du monde de la croisière maritime. Ces évolutions permettent alors d'imaginer que tout type de port, dès lors qu'il développe une offre adaptée, peut accueillir des croisières.

Des retombées économiques en Europe qui profitent surtout aux pays qui accueillent des « têtes de ligne »

Si des chiffres excessifs et parfois fantaisistes sont annoncés sur les retombées économiques des croisières maritimes sur les ports et les villes qui les accueillent, il n'en demeure pas moins qu'elles sont réelles, même si elles sont difficiles à estimer précisément. Les retombées sont en effet très variables selon le

type et la taille des bateaux, mais également selon la nationalité des croisiéristes.

Selon la CLIA, l'impact économique direct de l'activité croisière en Europe s'est, en 2015, élevé à 16,9 milliards d'euros. Ce montant comprend 4,6 milliards d'euros de construction de nouveaux navires, 6,9 milliards d'euros d'organisation des croisières (fournitures, assurances, promotion, vente, carburant,...), 3,8 milliards de dépenses des passagers et membres d'équipage à bord et dans les ports tête de ligne ou d'escale, et enfin 1,55 milliard de salaires et charges des salariés à terre et navigants des compagnies.

Ce secteur d'activité emploie 67 000 Européens, 5 500 dans les services administratifs des compagnies et 61 500 à bord des bateaux. La CLIA estime également l'impact économique global du secteur (somme des impacts directs, indirects et induits) à environ 41 milliards d'euros en 2015, dont 11 milliards de salaires et charges des 360 000 emplois concernés.

L'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne captent à eux trois les deux tiers (64 %) des retombées économiques du secteur croisière en Europe. Ces trois pays sont les seuls à participer à tous les segments de l'activité : ils sont à la fois un marché émetteur de clients et une destination croisière ; ils accueillent des services administratifs de compagnies et fournissent des équipages de bateaux ; ils proposent une activité de construction et réparation navale ; enfin, en abritant des ports « tête de ligne », ils approvisionnent les navires au départ (denrées, matériel et carburant).

La CLIA estime qu'un passager dépense en moyenne 79,60 € dans son port d'embarquement puis environ 62 € dans les ports d'escale. Si ces montants sont loin d'être négligeables, ils n'ont rien à voir avec les impacts économiques de l'organisation des croisières (administration des compagnies, vente et approvisionnement des paquebots en tête de ligne).

2. UNE CLIENTÈLE QUI SE DIVERSIFIE

Des croisiéristes encore largement américains

L'évolution contrastée de l'offre de lits-jour de croisières maritimes est le reflet d'une évolution sensible de l'origine de la clientèle. Celle-ci est encore largement dominée par les citoyens des États-Unis d'Amérique qui représentent à eux seuls la moitié (49 %) des passagers en 2015.

Cependant, la part des Américains tend à s'éroder au profit d'autres nationalités dont la croissance du nombre de passagers est plus forte. C'est notamment et particulièrement le cas des Européens de l'Ouest qui représentent désormais le quart (24 %) de la clientèle mondiale. Deux pays en par-



ticulier, le Royaume-Uni et surtout l'Allemagne, connaissent aujourd'hui un véritable engouement pour la croisière. Entre 2015 et 2016, la progression du marché anglais a été de 6 % (+ 110 000 passagers), celle du marché allemand, plus forte, de 12 % (+ 210 000 passagers).

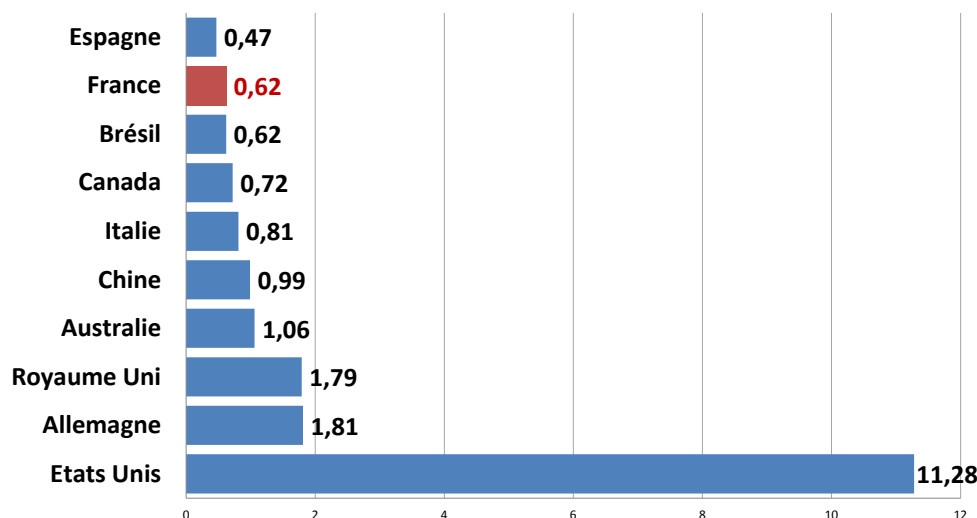
Rapporté à la population, le pays bénéficiant du plus fort taux de pénétration est désormais l'Australie, avec 42 croisiéristes pour 1 000 habitants. Les États-Unis restent un fort émetteur de clients et occupent la deuxième place avec un taux de 34,9. Ils sont suivis par le Royaume-Uni (25 pour 1 000), l'Allemagne (21,5) et le Canada (19,6).

Une clientèle européenne surtout attirée par les « destinations soleil »

Sur environ 6,5 millions de croisiéristes embarqués dans un port européen en 2015, 5,3 millions environ étaient européens (82 %), 1,2 million venant de l'extérieur de l'Europe (18 %). Comme dans le reste du monde, les croisiéristes européens plébiscitent les « destinations soleil » : Méditerranée et mers tro-

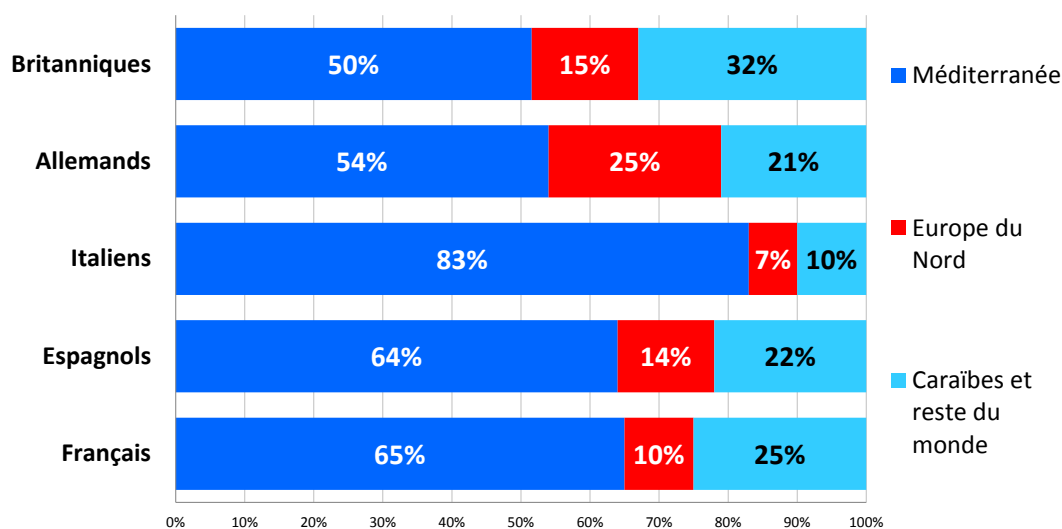
Nombre total, en millions, de passagers de croisières selon les principaux pays d'origine en 2015

(source CLIA)



Répartition des clientèles de l'Europe de l'Ouest par grandes zones géographiques en 2014

(source : European Cruise Council)



picales (Caraïbes et Pacifique Sud). Seuls les Allemands paraissent développer un intérêt manifeste pour les croisières en Europe du Nord, c'est-à-dire au départ de leur propre pays (25 % des passagers). Pour les Italiens et les Français, l'attrait du soleil demeure également le plus fort. Ils ne représentent respectivement que seulement 7 % et 10 % de passagers sur les croisières d'Europe du Nord.

Une clientèle française en progression et en mutation

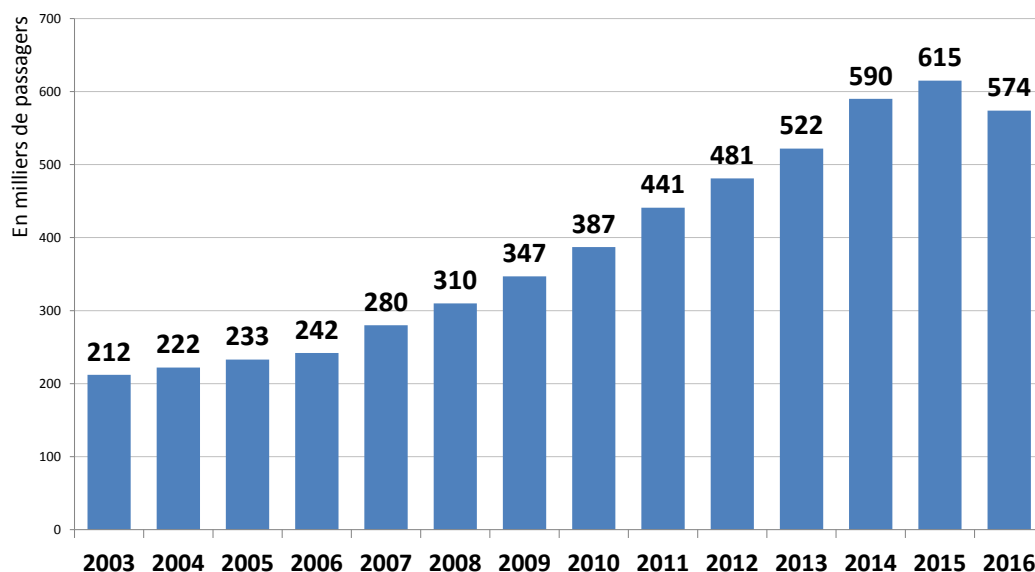
Avec 8,8 croisiéristes pour 1 000 habitants, la France se situe au dernier rang des grands pays européens derrière l'Italie (13,9) et même l'Espagne (9,7). Ainsi, par rapport à l'Amérique du Nord et au reste de l'Europe de l'Ouest, la France paraît encore peu séduite par le produit « croisière maritime ». Cependant, le nombre de passagers français a été en progression constante depuis une quinzaine d'années. Ce nombre est ainsi passé de 212 000 en 2003 à 615 000 en 2015, soit environ une multiplication par 3 en 12 ans et un taux annuel moyen de croissance de 8,5 % sur la période.

Toutefois, on a observé un repli de 6,7 % entre 2015 et 2016, année où le nombre de passagers français a reculé à 574 000. Cette contre-performance est-elle conjoncturelle et liée à une année 2016 particulièrement traumatisante pour les Français ? Ou est-elle le signe d'un essoufflement de la progression du produit ?

Cette évolution contrastée de la clientèle française des croisières maritimes interroge sur le rapport de nos concitoyens à ce type d'offre touristique. Les professionnels du secteur s'accordent à dire que les Français privilégient avant tout la destination. Ils paraissent être plus séduits par la nature des destinations que par l'aménagement du paquebot ou l'offre de loisirs à bord. Les croisiéristes français paraissent plus curieux que les Allemands ou les Anglais et sont à la recherche de découvertes culturelles et de nouvelles sensations. Ils privilégient plutôt l'itinéraire culturel ou dépaysant sous le soleil. Même s'ils continuent à privilégier la Méditerranée (à 65 %), les Français optent de plus en plus pour les fjords d'Europe du Nord. Ce sont des destinations qu'ils semblent désormais préférer aux paradis des Caraïbes ou des Bermudes, certes plus chers. Dans tous les cas, les activités à bord arrivent après le choix de la destination.

Evolution du nombre de passagers français des croisières maritimes 2003-2016

(en milliers, source CLIA)



Comment donc expliquer le retard français ? Selon des experts du secteur, une des raisons réside dans l'absence d'armateur important en France, contrairement au Royaume-Uni (Cunard, P&O) ou à l'Allemagne (Aïda et Tui). Pour d'autres, la propension des Français à passer leurs vacances en famille constitue également un frein au produit croisière. Certains pointent également les déficits de l'offre : peu de « têtes de ligne » au départ ou à l'arrivée en France et un relatif éloignement des ports de croisière des grands bassins de population.

Cependant, les armateurs sont confiants sur le potentiel de développement en Europe en général et en France en particulier. Les croisières ne représentent en effet que 1 % des voyages organisés, contre 4 % aux USA.

Cet optimisme se fonde également sur la mutation de la clientèle française qu'observent les professionnels depuis quelques années. En effet, autrefois, les amateurs de croisières appartenaient plutôt au troisième âge. En 1995, l'âge moyen d'un croisiériste était de 65 ans. Aujourd'hui, la croisière a vu son public se diversifier : elle se vit en famille, en couple ou entre amis. Cette nouvelle clientèle plus jeune est attirée par les prestations à bord et la diversité des escales. Sur les croisières

Costa, par exemple, la moyenne d'âge a baissé de dix ans, passant de 55 ans à 45 ans.

Les jeunes parents et les familles élargies ou recomposées y trouvent également des prestations adaptées (baby-sitting, garde d'enfants, clubs de loisirs...) pour leurs enfants. Les adultes peuvent ainsi profiter pleinement de leur croisière tandis que l'on s'occupe de leurs enfants.

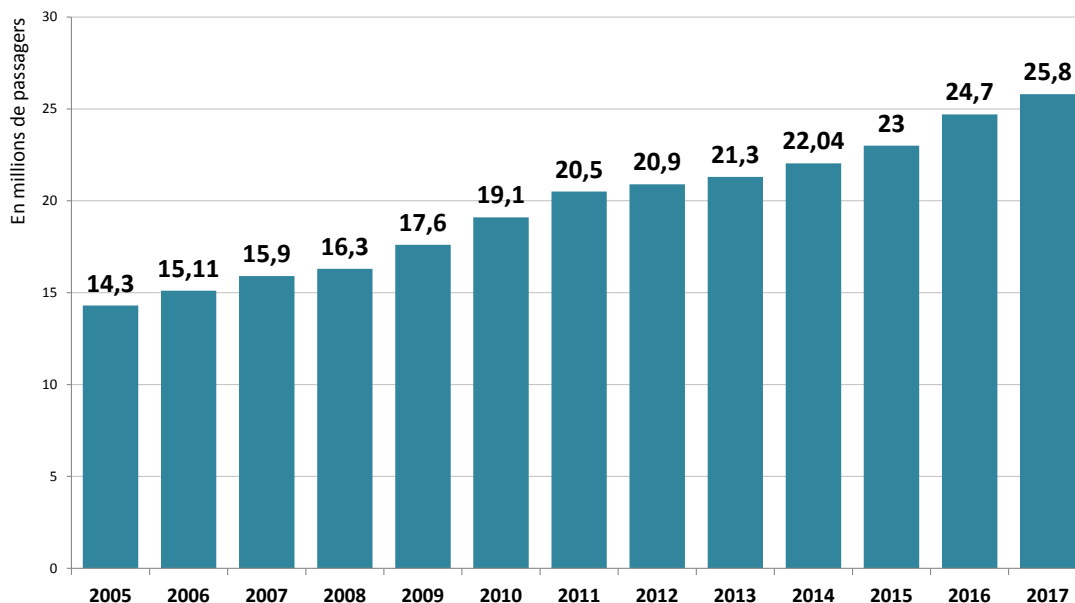
Dans un souci de rentabilisation des navires, les armateurs cherchent à élargir au maximum le panel de clients. Sont notamment visées les clientèles professionnelles pour des voyages de travail (séminaires, team building,...) ou d'affaires (lancements de produits, convention avec des sous-traitants,...).

Le sondage réalisé en 2016 par l'institut BVA pour la compagnie Costa Croisières montre qu'un quart des Français envisage de partir ou de repartir en croisière, dont une moitié d'entre eux dans les 5 ans à venir. Ce même sondage indique également un net rajeunissement de la clientèle potentielle : de l'ordre de 30 % des 18-34 ans se déclarent intéressés par une croisière, devant les 35-64 ans (21,7 %) et les plus de 65 ans (19,4 %).

3. UN MARCHÉ MONDIAL EN FORTE CROISSANCE, DOMINÉ PAR LES « DESTINATIONS SOLEIL »

*Evolution du nombre total de passagers dans le monde
de 2005 à 2017*

(source CLIA)



En 1995, le nombre mondial de passagers de croisières maritimes atteignait à peine 6,3 millions. Déjà en 2005, 10 ans après, ce chiffre avait plus que doublé, atteignant 14,3 millions de passagers. En 2016, ce nombre a encore augmenté de plus de 10 millions pour atteindre 24,7 millions. La CLIA prévoit pour 2017 d'atteindre près de 26 millions de passagers, un marché en pleine croissance.

Entre 1995 et 2017, la progression annuelle moyenne a été de + 6,3 %. Particulièrement fort entre 1995 et 2005 (+ 7,7 % par an), ce taux de croissance annuel a fléchi depuis 2005, mais atteint encore un niveau impressionnant (+ 4,6 % par an).

Les Caraïbes, première destination mondiale

Depuis le début des années 1990, l'offre de croisière n'a cessé de se développer. La capacité des paquebots de croisière, exprimée en lits-jour, a suivi l'évolution de la demande,

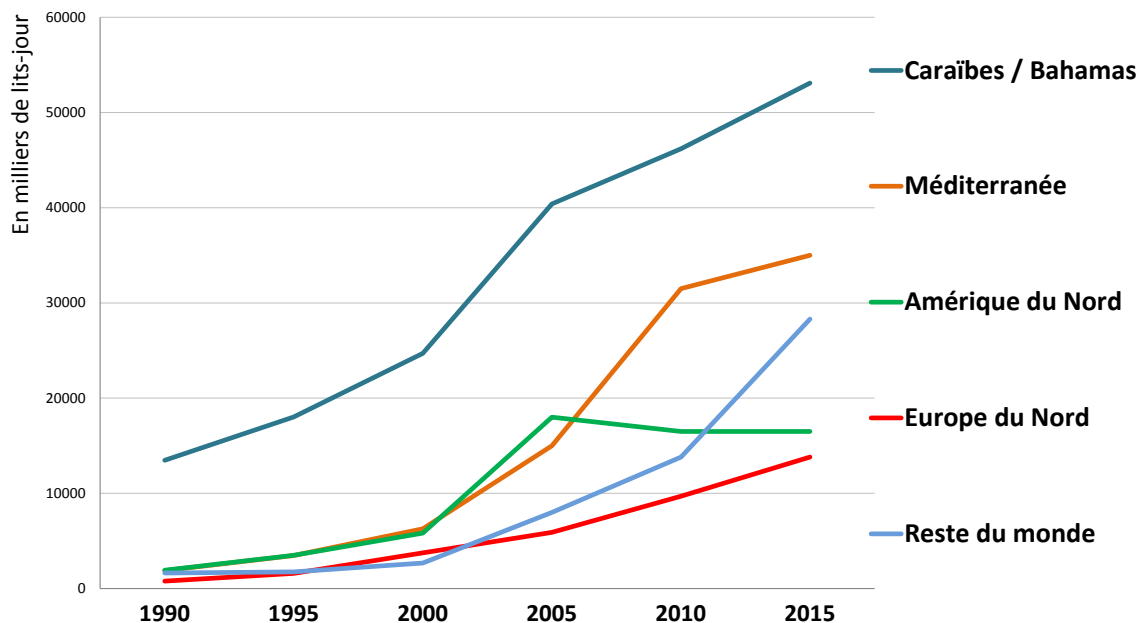
passant de 19,7 millions en 1990 à 146,7 millions en 2015, soit une multiplication par 7,5 en un quart de siècle.

L'offre ne s'est cependant pas développée de manière homogène. Elle a été positionnée sur les principales zones géographiques qui attirent la clientèle de la croisière maritime : d'abord les Caraïbes, puis la Méditerranée, l'Amérique du Nord et enfin l'Europe du Nord. Le reste du monde, et notamment le secteur Asie-Pacifique, a connu un développement plus tardif, à partir du début des années 2000, mais celui-ci est particulièrement dynamique.

Aujourd'hui, l'offre dans les Caraïbes représente encore plus du tiers (36 %) de l'offre mondiale suivie de la Méditerranée à près du quart (24 %). Avec plus de 4 millions de passagers par an, les trois premiers ports du monde en termes de nombre de croisiéristes sont tous les trois américains et situés en Floride. Le quatrième est aux Bahamas

Evolution de l'offre de croisières par grandes zones géographiques 1990-2015 en milliers de lits-jour

(Source CLIA)



(Nassau). Cependant, alors que l'offre dans les Caraïbes croît désormais plus lentement (+ 2,5 % par an en moyenne depuis 2005) et que l'offre en Amérique du Nord est en régression (- 0,8 % par an depuis 2005), de nouveaux relais de croissance sont en plein développement en Méditerranée et en Europe du Nord (+ 8 % par an depuis 2005) et dans la zone Pacifique (+ 12,2 %).

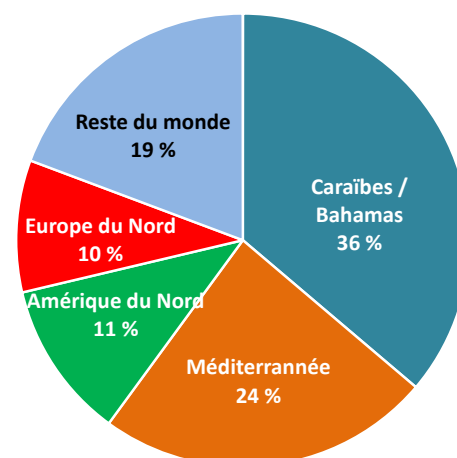
De manière très schématique, le marché mondial de la croisière maritime se répartit désormais géographiquement en trois tiers : Caraïbes / Europe (Méditerranée et Atlantique) / reste du monde (Amérique du Nord, Pacifique Sud et Asie).

Toutefois, il apparaît clairement que le facteur climatique est déterminant dans l'organisation de l'offre de croisières maritimes. En effet, les destinations les plus dotées bénéficient d'un ensoleillement généreux et d'une température clémente, voire chaude : Caraïbes, Méditerranée et Pacifique Sud.

À elles trois, ces destinations concentrent les trois quarts de l'offre.

L'offre de croisières par grandes destinations en 2015

(en % du nombre de lits-jour, source CLIA)



4. LA FRANCE EST AVANT TOUT UNE TERRE D'ESCALES EN MÉDITERRANÉE ET OUTRE-MER

Les ports français de la Métropole et d'Outre-Mer ont accueilli en 2015 un total de 5,3 millions de passagers, dont 884 000 en tête de ligne (16 %). Cette dernière proportion montre que la France est, pour les navires de croisière, plutôt une terre d'escales.

Si, avec 4,4 millions de passagers en escale, la France se classe 4^e en Europe, c'est en raison

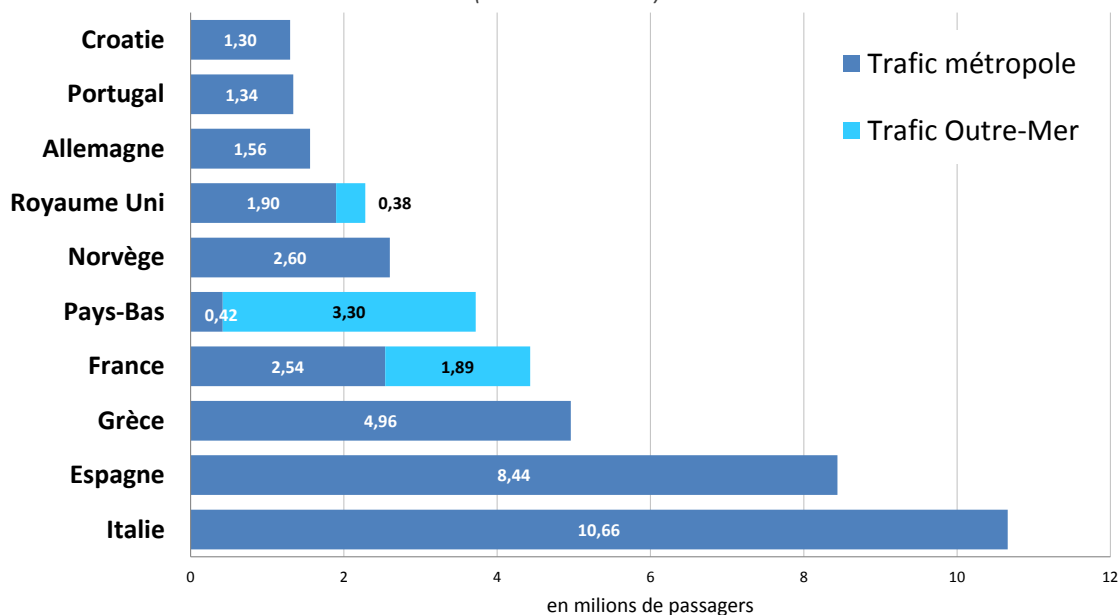
du poids des ports de croisière de l'Outre-Mer, dans les Antilles et dans le Pacifique Sud qui totalisent 1,9 million de passagers, soit 43 % du total national. Avec 2,5 millions de croisiéristes en escale accueillis dans ses ports, la Métropole se classe en 5^e position, derrière la Norvège. Il s'agit d'une performance assez médiocre pour un pays ouvert sur la Méditerranée et l'Atlantique.

Avec plus de 2,7 millions de passagers, dont 557 000 en tête de ligne (25 %), la Méditerranée accueille la moitié du nombre total de passagers en France. Sur la façade méditerranéenne, le port de Marseille se détache nettement avec 1,45 million de passagers en 2015, dont 502 000 en tête de ligne. Il est suivi des ports du Var et de la Côte d'Azur qui sont des ports d'escale. Il convient de souligner que le port de Marseille, incontestable premier port croisière de France, réalise à lui seul 85 % du trafic en tête de ligne en Métropole et 57 % en y incluant les DOM-TOM.



Nombre de passagers dans les escales européennes en 2016

(Source : Le Marin)

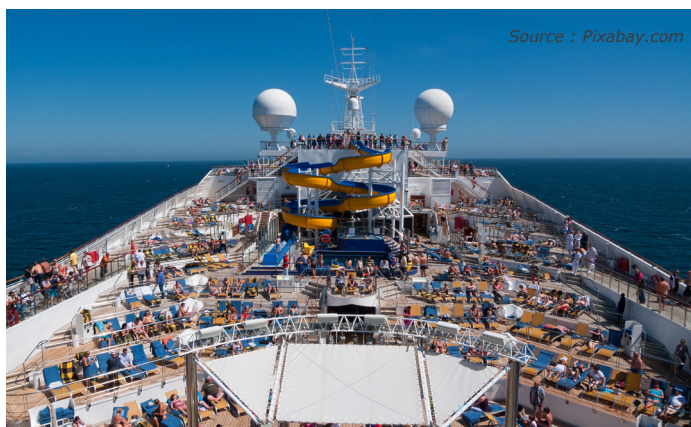


La Polynésie française et la Nouvelle Calédonie se placent au second rang national avec un total de 1,43 million de passagers (27 %), dont 64 500 en tête de ligne. Les Antilles sont troisièmes avec 708 000 passagers (13 %), dont 219 000 (31 %) en tête de ligne (150 000 à Pointe-à-Pitre et 69 000 à Fort-de-France).

La façade Atlantique-Manche ne représente que 7,7 % des croisiéristes accueillis en France (410 000, dont 35 700 en tête de ligne), soit 6,6 fois moins qu'en Méditerranée. Il s'agit d'une façade essentiellement dédiée aux escales puisque le nombre de passagers en tête de ligne ne représente que 9,5 % du total des passagers de la façade et 6,4 % du nombre total de croisiéristes en tête de ligne en France, y compris Outre-Mer.

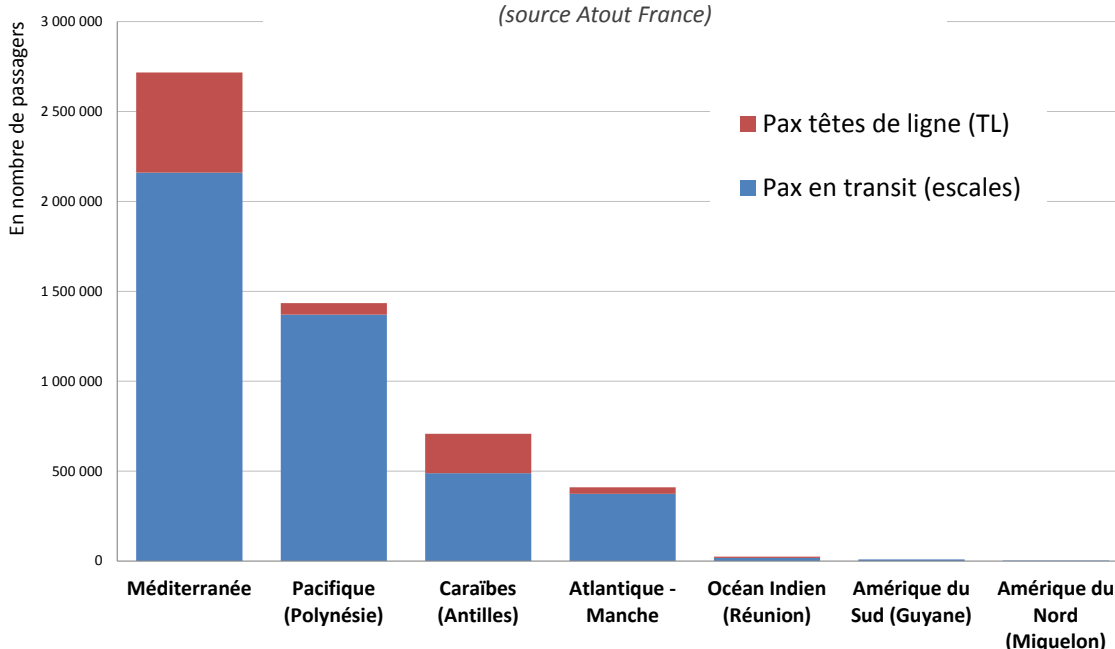
C'est pourquoi, au plan national, le port du Havre n'était en 2015 que 7^e port pour les croisières, derrière celui de l'Île des Pins, au sud-est de Nouméa. Il était cependant 4^e pour les ports de Métropole derrière celui d'Ajaccio.

Il convient cependant de souligner que le port du Havre a connu, entre 2015 et 2016, une croissance considérable du nombre de passagers de croisières. Celui-ci est passé de 224 000 à près de 333 000, soit une progression de 108 000 passagers en un an (+ 48,2 %).



Trafic croisières en France en 2015 par grandes zones géographiques

(source Atout France)



5. UN MARCHÉ EUROPÉEN DOMINÉ PAR LA MÉDITERRANÉE

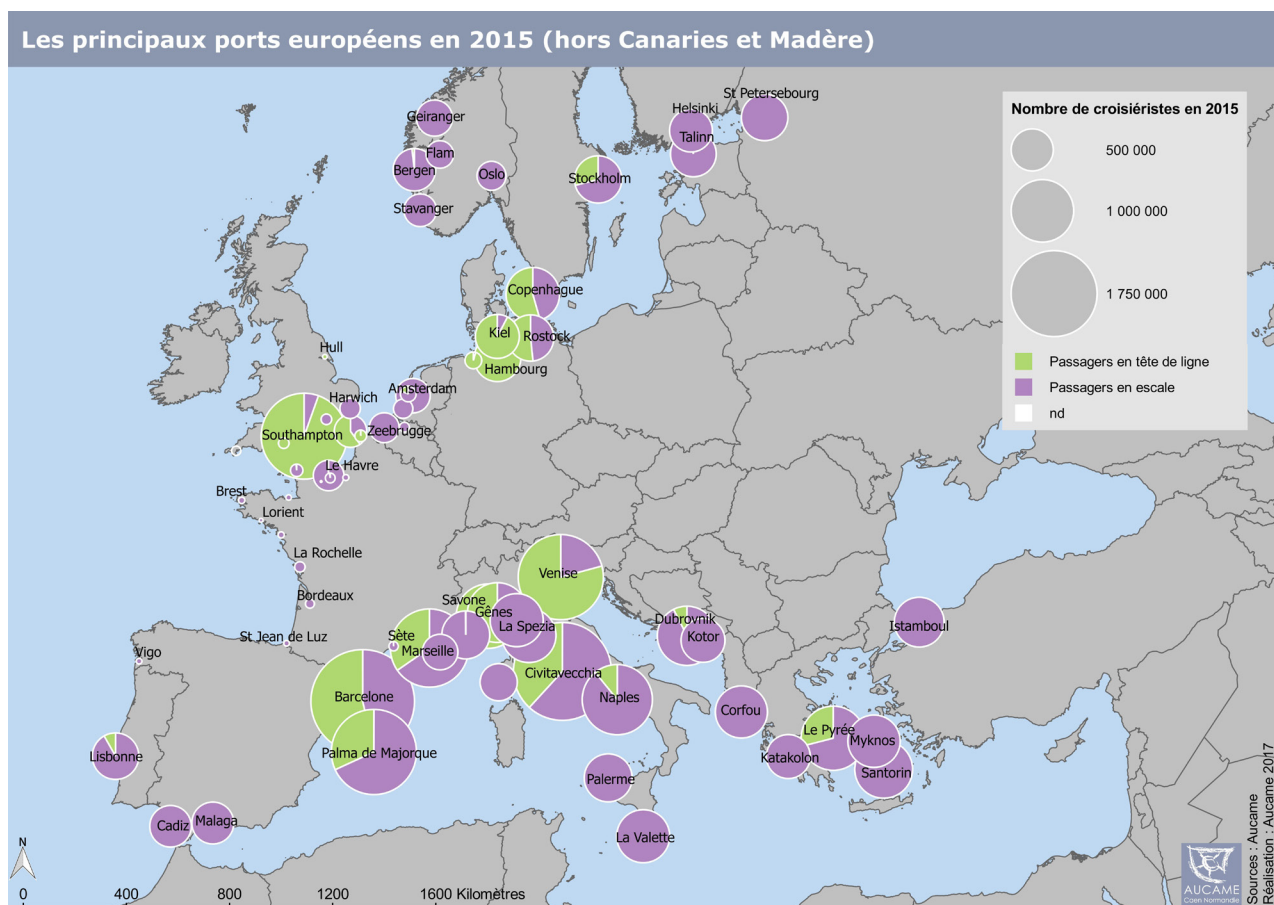
L'offre de croisières maritimes en Europe se situe aux deux tiers en Méditerranée

L'offre européenne de croisières maritimes est généralement découpée en deux sous-espaces : la Méditerranée et l'Europe du Nord. Totalisant les deux tiers des passagers (environ 22 millions en 2015 en embarquement, débarquement et escale), l'offre en Méditerranée est largement dominante.

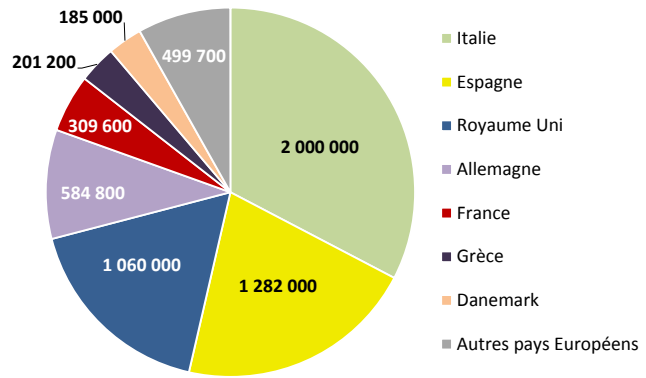
En 2015, il y avait en Europe 39 opérateurs de croisières pour 123 paquebots et une offre globale de 149 000 lits. S'ajoutent sur le marché européen 23 opérateurs non européens affrétant 73 navires d'une capacité de 100 000 lits. Au total, l'offre en Europe était donc de 196 paquebots d'une capacité totale proche de 250 000 lits.

La même année, un total de 3 846 croisières ont été organisées en Europe, 2 692 en Méditerranée (70 %) et 1 154 en Europe du Nord (30 %). Elles ont desservi un total de 250 ports d'embarquement, débarquement ou escale. Le premier port européen de croisière est en 6^e position mondiale. Il s'agit de Barcelone (2,54 millions de passagers), suivi de Civitavecchia, à proximité de Rome en Italie (2,27 millions).

En 2015, deux tiers des passagers en Europe (plus de quatre millions) ont embarqué à bord d'un navire de croisière dans un port de la Méditerranée. L'analyse du nombre de croisiéristes en escale par pays européen montre logiquement le poids des pays méditerranéens. L'Italie se classe première avec plus de 10 millions de passagers en escale accueillis dans ses ports, suivie de l'Espagne (8,4 millions) et de la Grèce (5 millions).



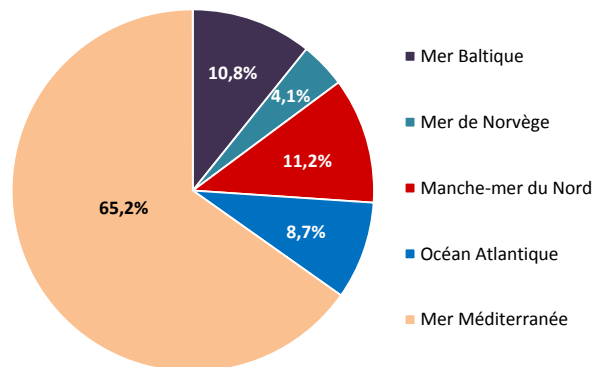
**Passagers en Europe
par pays d'embarquement en 2015**
(Source CLIA)



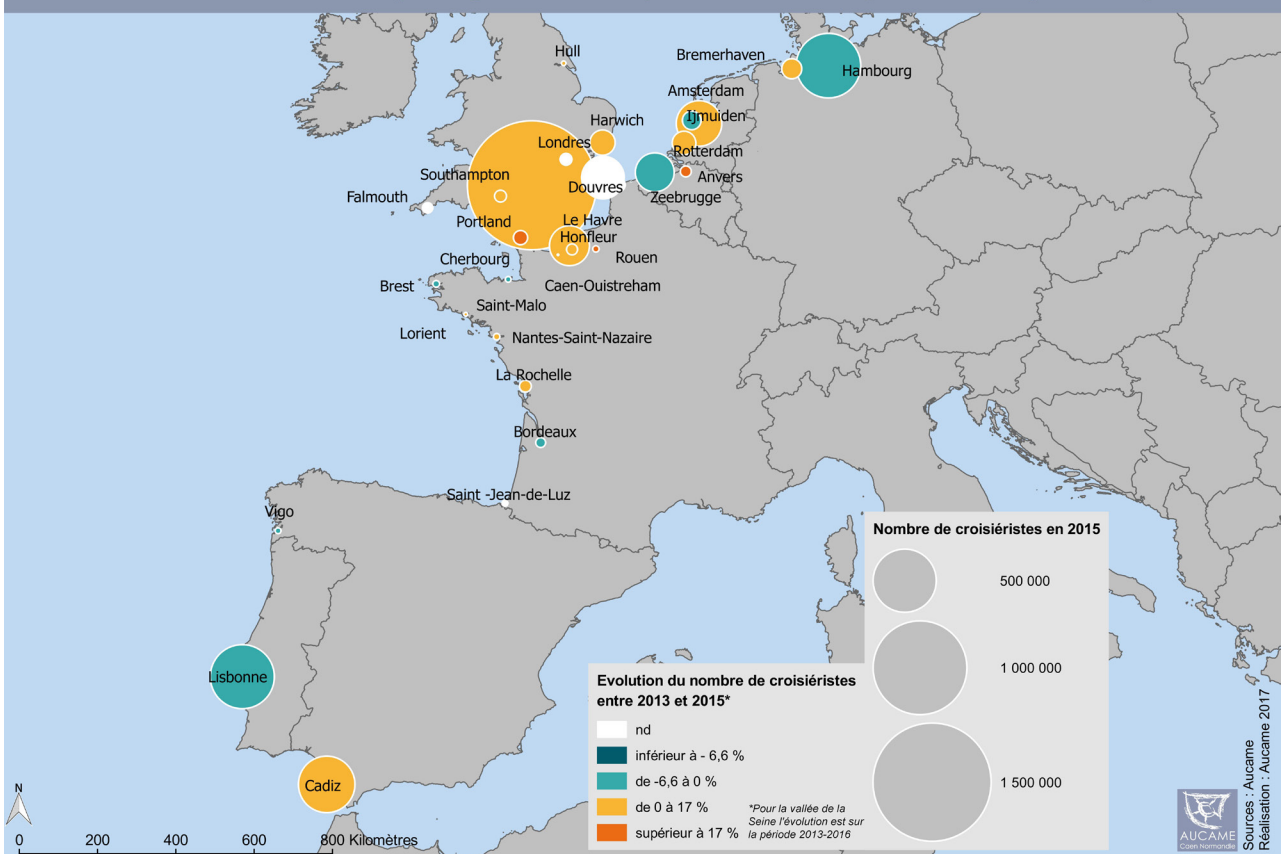
Le troisième tiers des croisiéristes, un peu plus de 2 millions de passagers, a embarqué dans un port de l'Europe du Nord. Parmi eux, la moitié a embarqué à Southampton au Royaume-Uni (1,06 million), et un gros quart à Hambourg, Kiel ou Rostock/Warnemunde en Allemagne (585 000). Les 410 000 passagers restants ont embarqué dans divers ports au Danemark ou en Scandinavie, ou dans une moindre mesure au Benelux. Très peu l'ont fait en France.

Depuis 2013, on assiste à un rééquilibrage en Méditerranée au profit de sa partie ouest. La croissance est importante sur les côtes espagnoles et françaises et en repli en Italie (à l'exception notable de La Spezia) et en Grèce continentale.

**Pourcentage de passagers de croisières maritimes
en Europe par bassin en 2015**
(Source CLIA, Atout France et cruiseurope.com)



Evolution du nombre total de passagers dans les ports de l'Atlantique en 2015 (hors îles)



L'Europe du Nord accueille le troisième tiers des croisiéristes en Europe (environ 11,8 millions). Mais, dans la réalité, la segmentation de l'offre en Europe du Nord est plus subtile. Elle peut être découpée en quatre sous-espaces qui correspondent à des produits spécifiques :

- **Le secteur Manche-Mer du Nord**, auquel appartient la Normandie, est désormais le premier marché d'Europe du Nord avec 3,8 millions de passagers (11,2 %), dont 2,15 millions en tête de ligne au départ de Southampton ou Hambourg. Les croisières sont généralement des circuits de « cabotage » de ville en ville côté continent et côté Angleterre. Ce marché est en croissance de + 0,4 % par an depuis 2013.
- **La Mer Baltique**, 3,6 millions de passagers (11 %) dont 1,2 million en tête de ligne, où se développent des circuits au départ du Danemark ou de l'Allemagne, vers les Pays Baltes, Saint-Petersbourg en Russie, la Finlande et la Suède. Ce marché est en légère croissance de + 0,3 % par an depuis 2013.

- **L'Océan Atlantique** de Brest au Détroit de Gibraltar, 3 millions de passagers (8,7 %). Ce marché presque totalement d'escales est concentré sur la côte ibérique (Espagne, Portugal) et sur les îles de l'Atlantique au large de la côte africaine. Il ignore presque totalement la côte atlantique française. Il est en forte croissance de + 1,6 % par an depuis 2013.
- **La Mer de Norvège**, 1,4 million de passagers (4,1 %), essentiellement en escales, où des croisières sont organisées pour visiter les fjords de la côte norvégienne. Il existe également des croisières plus boréales, vers les îles du Grand Nord (Svalbard, Islande). Ce marché est en nette régression de - 6,2 % depuis 2013.

La fréquentation de la façade atlantique se concentre en Manche et Mer du Nord

Considérons maintenant comme « façade atlantique » l'espace littoral compris entre Hambourg en Allemagne, au nord, et Cadix en Espagne, au sud. Si ce périmètre com-



Bateau de croisière à Saint-Petersbourg (Russie)

Photo : Aucame 2017

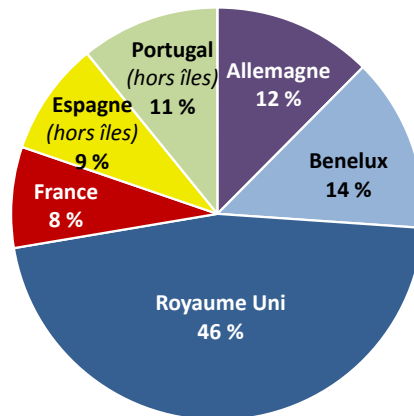
prend les ports anglais de la Manche et de la Mer du Nord, il ne prend cependant pas en compte les ports écossais et irlandais, ni les ports anglais de la mer d'Irlande.

Un regard sur cette façade ainsi définie montre que la fréquentation des ports se concentre sur la zone Manche-Mer du Nord. Les ports du Royaume-Uni, de l'Allemagne et du Benelux accueillent presque les trois quarts (72 %) des quelque 4,7 millions de passagers annuels.

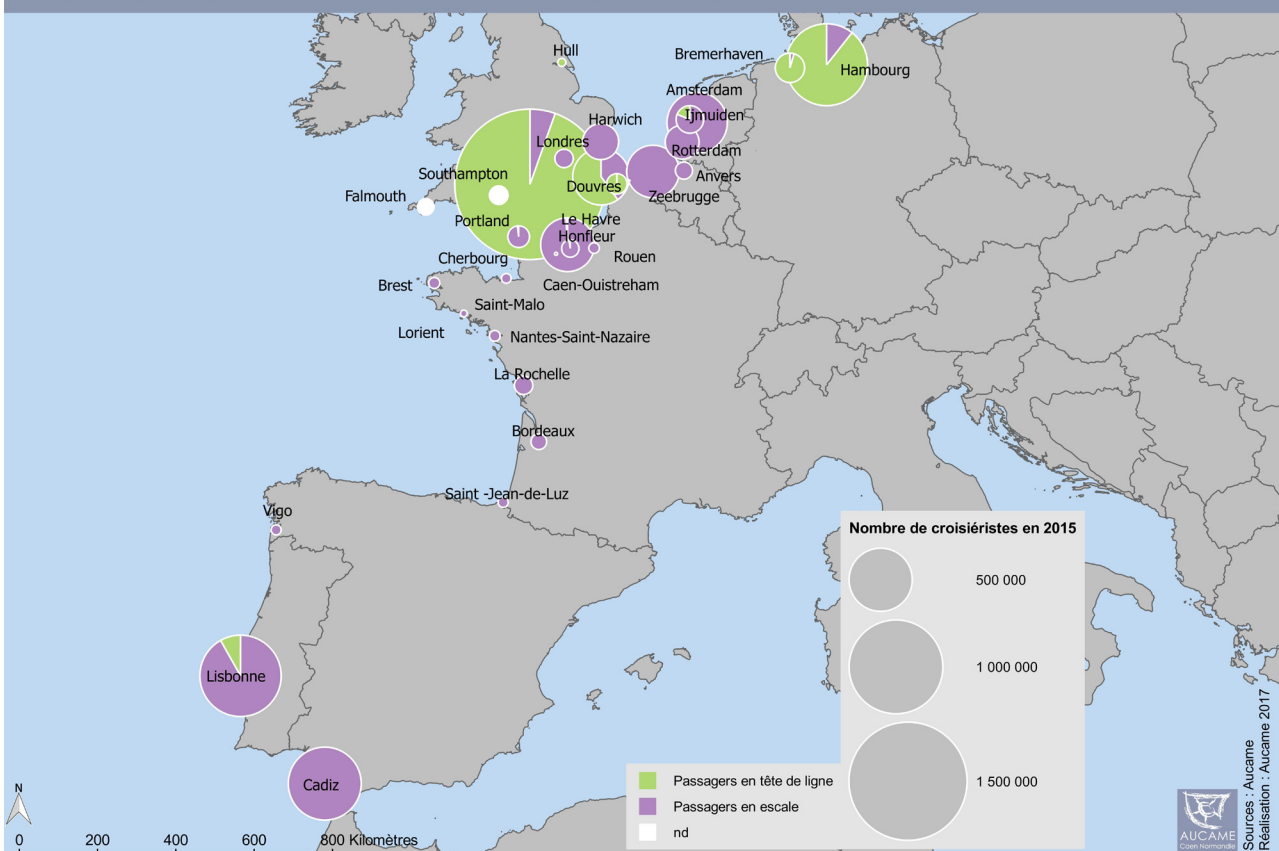
La France, l'Espagne et le Portugal accueillent un gros quart (28 %), à hauteur d'environ 10 % chacun. Cependant, si on réaffecte les passagers des ports français de la Manche au secteur Manche-Mer du Nord (80 % des passagers accueillis en France), alors ce secteur attire 80 % des croisiéristes de la façade atlantique.

Pourcentage de passagers dans les ports de la façade atlantique européenne en 2015

(Sources CLIA, Atout France et croiseurope.com)



Les principaux ports de l'Atlantique en 2015 (hors îles)

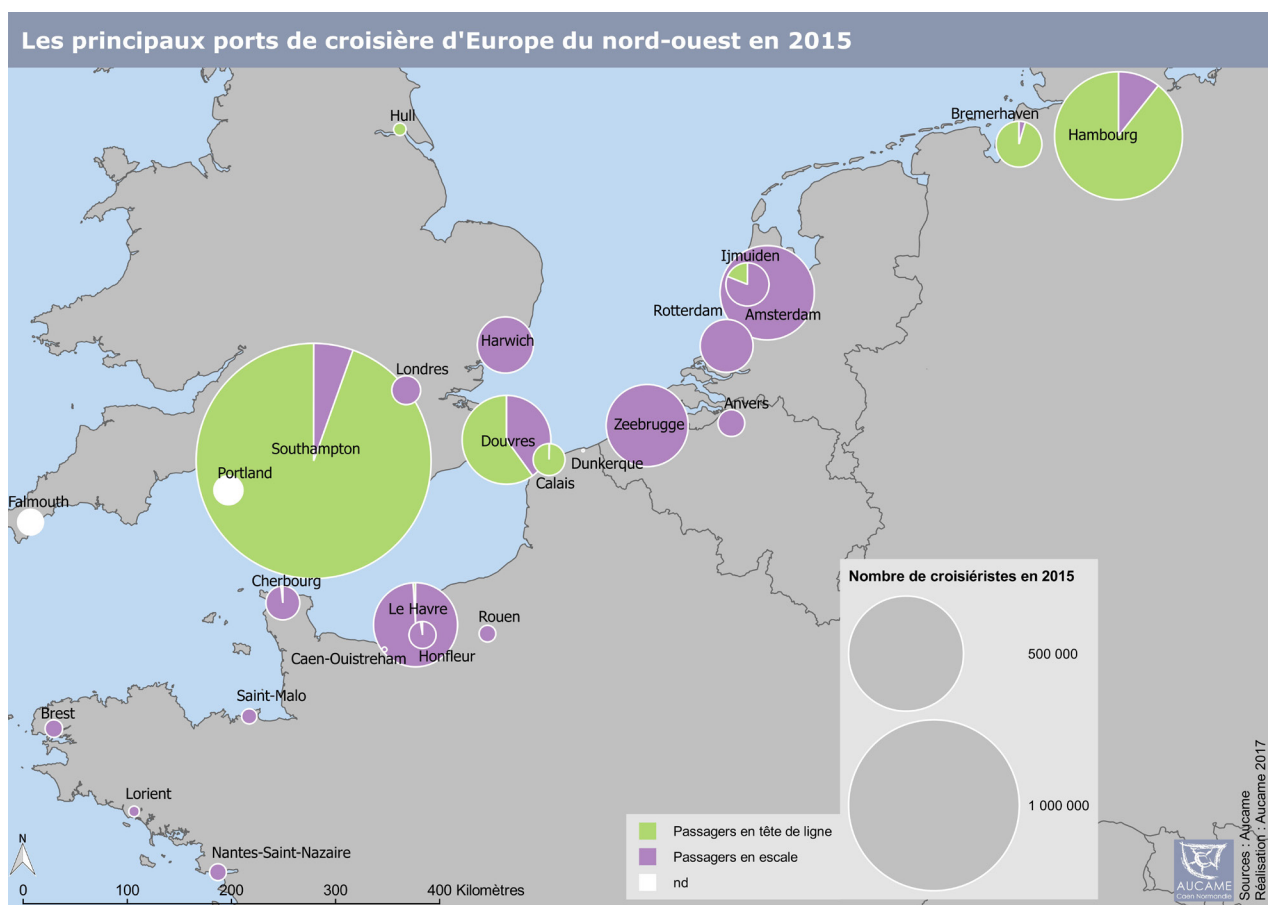


Le principal port du secteur Manche-Mer du Nord est incontestablement celui de Southampton au sud du Royaume-Uni. Avec 1,75 million de passagers, dont 1,65 million en tête de ligne (94,6 %), il accueille à lui seul 42 % de tous les passagers de la façade. Il est l'émetteur numéro 1 de clients sur la zone. Ce port est aujourd'hui la porte de l'agglomération de Londres et du sud de l'Angleterre pour l'activité « croisière maritime ».

Le deuxième port du secteur est celui de Hambourg en Allemagne, avec 520 000 passagers en 2015, dont 464 000 en tête de ligne (89,3 %). Il constitue le deuxième port émetteur de clients de la façade Atlantique-Manche-Mer du Nord et le principal port pour la clientèle allemande.

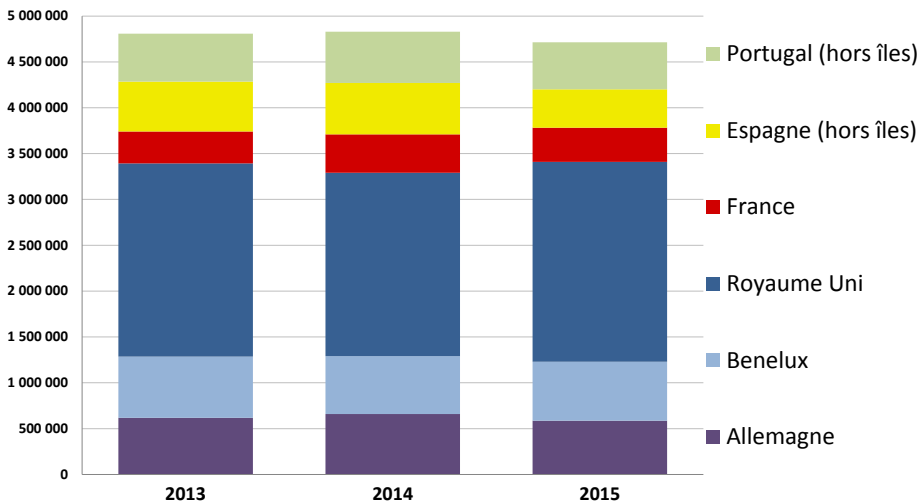
Les deux ports suivants sont Lisbonne au Portugal, 512 000 passagers (dont 42 000 en tête de ligne) et Cadix en Espagne (411 000 passagers d'escale). Les deux ports du Benelux, Amsterdam (5^e, 282 000 passagers) et Zeebrugge (8^e, 213 000 passagers), sont deux ports d'escale uniquement.

Le port du Havre, essentiellement port d'escale, se situe à la 7^e place avec 224 000 passagers en 2015, derrière celui de Douvres au Royaume-Uni (250 000 passagers). À la 13^e place, certes loin derrière les précédents, on trouve le port de Cherbourg avec 37 300 passagers.

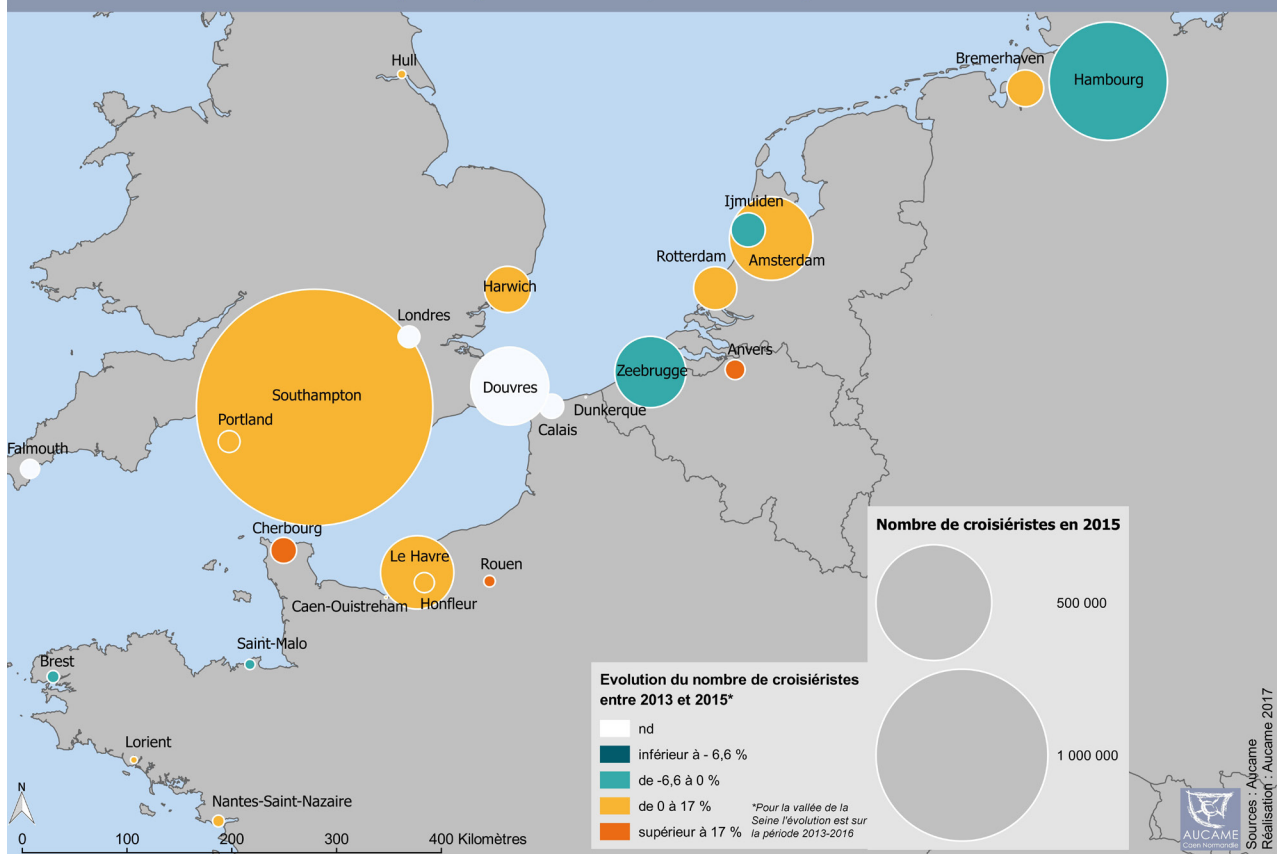


Entre 2013 et 2015, le nombre de passagers a légèrement fléchi de - 0,7 %. Les ports allemands et du Benelux sont en repli respectivement de -1,8 % et -1,2 %. Le port de Southampton est en croissance de + 1,1 %, tandis que les ports de la côte ibérique sont en baisse. Les ports français enregistrent en revanche une forte augmentation (+ 2,3 %) alors même que sur la période, le port du Havre était en baisse (- 3 %). Cette croissance française est tirée par les ports plus petits, notamment ceux de Normandie hors le Havre.

Nombre total de passagers dans les ports de la façade atlantique européenne en 2013-2014-2015
(Sources CLIA, Atout France et cruiseurope.com)



Evolution du nombre total de passagers dans les ports d'Europe du nord-ouest entre 2013 et 2015



6. LA CROISIÈRE MARITIME : UN ENJEU POUR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA NORMANDIE

Les ports du Havre et de la baie de Seine dominant nettement la façade atlantique française

Cinq ports de la vallée et de la baie de Seine, situés le long du fleuve ou du littoral normand (Rouen, Le Havre, Honfleur, Caen-Ouistreham et Cherbourg) constituent un ensemble portuaire non négligeable pour l'activité croisière. Certes très largement dominé par le port du Havre, cet ensemble totalise toutefois en 2016 près de 417 000 passagers, dont 84 000 en dehors du Havre.

En 2015, avec près de 55 % du nombre total de passagers de la façade Atlantique-Manche française, le port du Havre (environ 225 000 passagers) était déjà, de loin, le premier port de croisière français de la façade atlantique Française. Il totalisait à lui seul plus de passagers que la somme de tous les autres.

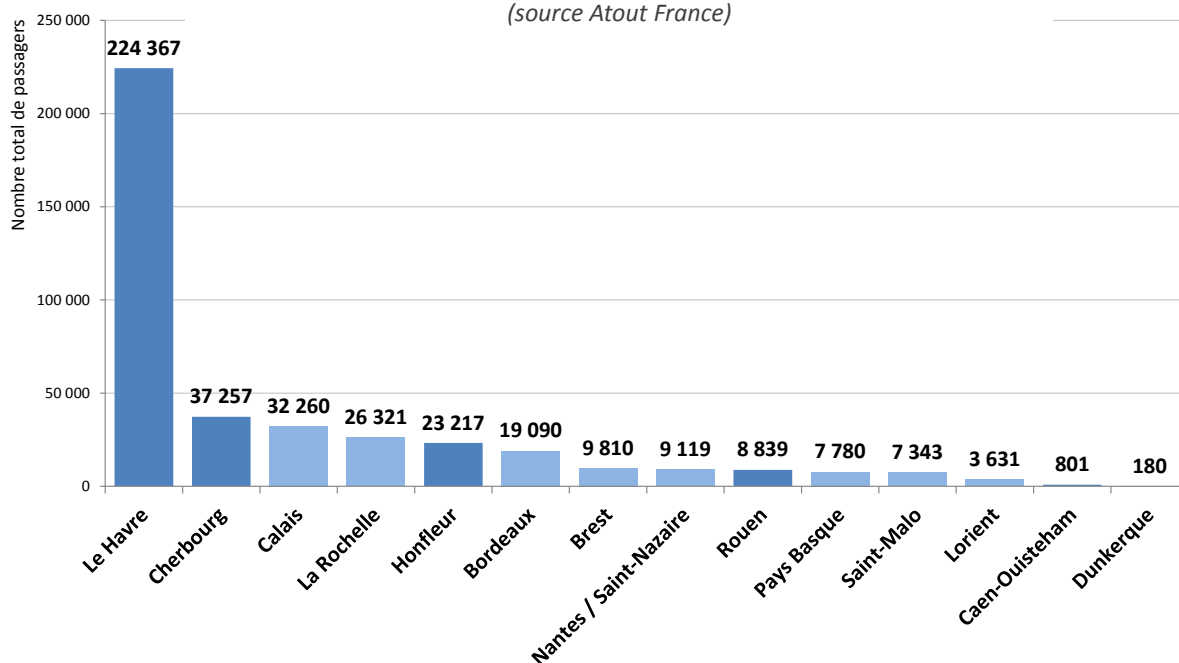
En effet, la même année, seuls quatre autres ports français, dont deux normands, dépassaient les 20 000 passagers par an : Cherbourg (37 300), Calais (32 300), La Rochelle (26 300) et Honfleur (23 200).

En 2015, les ports normands totalisaient 295 000 passagers, soit 72 % de la façade Atlantique-Manche française. En 2016, ce nombre de passagers approchait les 420 000. En un an, la progression est donc de 122 000 passagers (dont 108 000 au Havre) soit + 41 %.

Pourtant, la situation géographique des ports de la vallée de la Seine, et particulièrement celle du port du Havre, leur confère un potentiel de développement considérable. En effet, si l'on s'attarde sur la localisation des ports de croisière européens, on constate qu'à proximité des villes les plus grandes ou des bassins de population les plus impor-

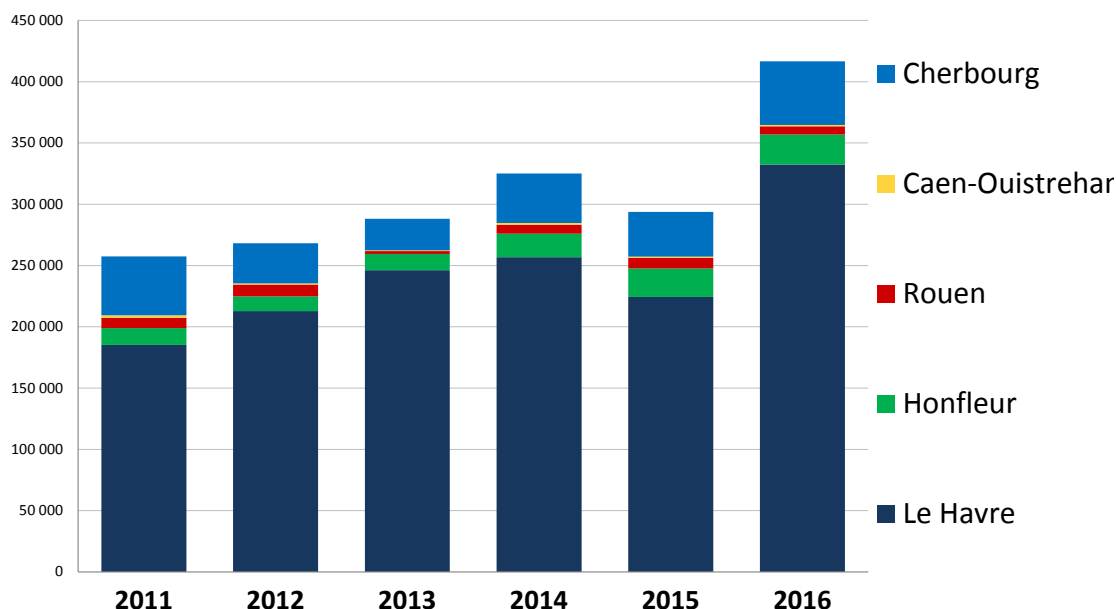
Arrivées totales de passagers croisières sur la façade Atlantique-Manche française en 2015

(source Atout France)



Evolution du nombre total de passagers croisières arrivés dans les ports de la vallée de la Seine 2011-2016

(Source CRT Normandie)



tants, existe généralement un port de croisière important : Barcelone (2,54 millions de passagers), Civitavecchia, à proximité de Rome en Italie (2,27 millions), Marseille (2,7 millions) en Méditerranée, mais également Southampton au Royaume-Uni (1,75 million) et Hambourg (520 000) ou encore Rostock/Warnemunde en Allemagne (585 000), pour l'Europe du Nord.

Sous réserve d'organiser correctement les choses, Le Havre et les ports de la vallée de la Seine pourraient jouer ce rôle pour le Bassin parisien. Le sujet se révèle donc double : il s'agit d'une part de développer la fonction d'escale pour attirer encore plus de touristes en Normandie ; mais il s'agit également, en organisant des « têtes de ligne » au départ et/ou à l'arrivée des ports normands, de favoriser le développement des activités d'avitaillement des navires dont on va voir qu'elles sont les plus rentables.



Port de Marseille

Photo : CC - pxhere.com



Port du Havre

Photo : CC - wikimedia.org

Comment accroître les retombées économiques de la croisière maritime en Normandie ?

Pour la France, l'impact économique global des croisières maritimes est estimé par la CLIA à 1,24 milliard d'euros en 2015, dont 735 millions de salaires et charges des 16 550 emplois concernés. La France est le 5^e pays européen en termes de retombées derrière l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne.

La performance de la France est fortement marquée par son activité de construction navale. L'activité croisière à proprement parler, largement organisée autour d'escales, est faiblement pourvoyeuse d'emplois et moins rentable que chez nos voisins européens.



Photo : Pixabay.com

Même si des chiffres précis sont difficiles à établir, il apparaît assez nettement que la rentabilité économique de la croisière maritime est démultipliée en « tête de ligne ». En effet, le port de départ et d'arrivée bénéficie de toute une économie locale liée à l'approvisionnement du bateau de croisière puis à son entretien entre deux croisières. A titre d'exemple, l'association « Business South » installée dans le Solent anglais organise régulièrement un salon destiné aux fournisseurs des compagnies de croisière maritime : alimentation et boissons, textile, nettoyage, énergie, produits à vendre à bord,... Cela signifie qu'un véritable écosystème s'est développé sur la côte sud de l'Angleterre, autour de Southampton.

Par ailleurs, l'embarquement sur un navire de croisière suppose d'arriver suffisamment en avance au port, ce qui génère souvent une nuitée la veille du départ, voire a minima un repas dans la ville portuaire, avant embarquement. La question de l'acheminement, notamment ferroviaire, des croisiéristes jusqu'au port constitue donc un enjeu important.

Dans un document intitulé « Essor prometteur des croisières en France » publié à la Documentation française en 2011 par le Conseil national du Tourisme, cet intérêt pour l'organisation de têtes de ligne est souligné. Il en ressort que les ports français peuvent légitimement espérer tirer parti de leurs atouts importants, à condition toutefois de résorber leurs faiblesses techniques et pratiques, en engageant un effort de professionnalisme et un ensemble d'actions concertées au plan local et national. Ce rapport formule également un certain nombre de recommandations pour favoriser le développement de la croisière en France.

Il préconise notamment de mieux valoriser les atouts touristiques naturels et culturels de la France, de développer l'avitaillement des navires sur des produits sélectionnés, issus en particulier de l'arrière-pays de ports de croisière, de favoriser les achats de biens et services dans les villes portuaires et de mieux exploiter les excursions organisées lors des escales. Dans cette optique, il préconise la création, dans les ports concernés, de « clubs croisières » visant à fédérer et organiser l'ensemble des acteurs publics et privés impliqués.

Ce rapport insiste également (page 85) sur l'importance d'un aménagement portuaire adapté aux bateaux de croisière et à leur clientèle : « Si la plupart des ports français disposent d'infrastructures d'accueil bien adaptées aux besoins des car-ferries et de leurs passagers, il n'en est pas de même généralement pour les navires de croisière en raison du caractère saisonnier et occasionnel

de leurs escales. Assurant l'accueil de ces navires sur un quai, soit habituellement disponible, soit récemment converti, comme c'est le cas pour d'anciens quais de transbordeurs, la plupart de la trentaine de ports français touchés par des paquebots ne disposent pas d'infrastructures spécialement adaptées à leurs besoins. En conséquence, les conditions d'accueil pratique sont souvent médiocres sur des quais n'offrant aucun abri ni parking sécurisé, souffrant d'un manque de confort et de propreté, et de liaisons avec la ville par navettes souvent aléatoires, en dépit des efforts d'accueil à un comptoir d'information ou sous abri léger habituellement déployés par les offices de tourisme locaux ».

Les ports normands ne sont certes pas encore à la hauteur de ceux de nos voisins anglais, allemands ou du Benelux. C'est d'ailleurs en partie pourquoi leur potentiel de développement paraît particulièrement important. En effet, s'il semble difficile d'atteindre le niveau des ports anglais (2,2 millions de passagers) en raison notamment de l'intérêt culturel des Britanniques pour la croisière, il n'est pas inenvisageable de rejoindre les performances des ports allemands et du Benelux de la façade, soit aux alentours de 600 000 passagers par an.

Trois produits touristiques normands paraissent de nature à attirer des croisiéristes dans les ports de la Région :

- Le patrimoine religieux et militaire qui symbolise l'épopée de Guillaume le Conquérant ;

- Les sites peints par les artistes impressionnistes à la fin du XIX^e siècle ;
- Les plages du Débarquement et les sites de la Bataille de Normandie de l'été 1944.

Il convient désormais de réfléchir à la nature et à l'organisation en Normandie d'un tourisme directement dédié aux croisiéristes en escale. Cela suppose également de segmenter le marché afin de répondre aux caractéristiques techniques des ports d'accueil. En effet, en raison de la contrainte que représente l'écluse de Ouistreham, le port de Caen ne peut pas recevoir le même type de bateau que Le Havre ou Cherbourg.

Il s'agit également, en organisant des « têtes de ligne » au départ et/ou à l'arrivée des ports normands, de favoriser le développement des activités d'avitaillement des navires dont on a vu qu'elles génèrent la plus forte valeur ajoutée.

Les ports normands, et en particulier celui du Havre, devraient en outre pouvoir bénéficier de l'important réservoir de clientèle potentielle que constitue le Bassin parisien, à l'instar du rôle que joue la région de Rome pour le port de Civitavecchia. Il pourrait ainsi devenir le principal port croisière du Bassin parisien. Encore faut-il que le sujet soit identifié comme un enjeu et que l'ensemble des acteurs se mobilise.



Hambourg

Photo : Pixabay.com



Ouistreham

Photo : Aucame



Caen

Photo : Aucame

DÉFINITIONS

NB : Les données utilisées dans le présent document ne concernent que les bateaux de croisière et n'intègrent pas de données concernant le trafic ferry.

- **Croisière** : bateaux d'une capacité supérieure à 50 pax (yachts non inclus), croisant en eaux profondes et sur lesquels les passagers passent au moins une nuit à bord.
- **Nombre de Pax en transit** = passager en escale (compté 1 seul fois). Les passagers en transit d'un bateau resté en « overnight » ne sont comptés qu'une seule fois également.
- **Nombre de Pax en tête de ligne (TL)** = Pax en tête de ligne (TL) embarquant + Pax en tête de ligne (TL) débarquant.
- **Nombre de Pax total** = passagers en transit + passagers total en tête de ligne.
- **Nombre d'escales** = nombre de bateaux ayant fait escale dans le port.

Bibliographie :

- ALIX Yann : « *Et vive la croisière* », article, 3 juillet 2017.
- Atout France : « *Données de fréquentation des destinations croisières françaises en 2015 et en 2014 collectées par Atout France* », Étude, 6 p.
- Atout France : « *La France, une destination croisière en progrès* », Dossier de presse, janvier 2017, 13 p.
- Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi - Conseil National du Tourisme : « *Essor prometteur des croisières en France* », Rapport, La Documentation Française, 2010, 93 p.
- Cruise Lines International Association (CLIA Europe) - GP Wild (International) Limited - Business Research and Economic Advisors (BREA) : « *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015* », Etude, 2016, 27 p.
- Cruise Lines International Association (CLIA Europe) - Business Research and Economic Advisors (BREA) : « *The Global Economic Contribution of Cruise Tourism 2015* », Etude, novembre 2016, 29 p.
- Cruise Lines International Association (CLIA Europe) - IRN Research : « *2016 Statistics & Markets Europe* », Etude, 2017, 23 p.
- LEVEQUE François : « *La croisière maritime, économie d'une cage dorée* », article paru dans « Les Echos » le 2 mai 2016.

Directeur de publication : Patrice DUNY
Réalisation : Aucame 2017
Mise en page : Aucame
Photographies : Aucame (sauf mention contraire)
Contact : patrice.duny@aucame.fr

Agence d'urbanisme
de Caen Normandie Métropole
19 avenue Pierre Mendès France - 14000 CAEN
02 31 86 94 00
www.aucame.fr



AUCAME
Caen Normandie