



Croisières du Saint-Laurent

Forum du Québec

maritime

Novembre 2014



Croisières du Saint-Laurent

Positionner clairement la destination du Saint-Laurent auprès des compagnies de croisières en orientant et en regroupant les efforts de développement ainsi que les atouts des partenaires et des escales afin de bâtir une véritable marque
« Croisières du Saint-Laurent »



Croisières du Saint-Laurent en bref

- Association touristique sectorielle (ATS) fondée en 1999
- Représente et défend les intérêts des entreprises ou OBNL du secteur des croisières internationales
- Depuis 2006, représente 9 escales reconnues réparties sur toute la longueur du Saint-Laurent, recoupant le territoire de 8 associations touristiques régionales
- Agit à titre de porte-parole reconnu auprès des différentes instances et paliers de gouvernement
- Joue un rôle actif dans la promotion de la destination auprès des compagnies de croisières et dans la structuration de l'offre touristique

Activités de l'ACSL

- Présence dans les salons et foires spécialisées
- Tournées de familiarisation avec les compagnies de croisières
- Missions de vente auprès des compagnies de croisières
- Promotion via des publicités, articles promotionnels et Web
- Mise en place d'une Politique d'accueil
- Projets communs pour l'amélioration de l'accueil des escales (Kéroul, formation en ligne, sécurité, etc.)
- Représentation pour les dossiers importants de l'industrie (ECA, Sécurité, douanes, etc.)



Les 9 ports du Saint-Laurent et la destination Canada New England

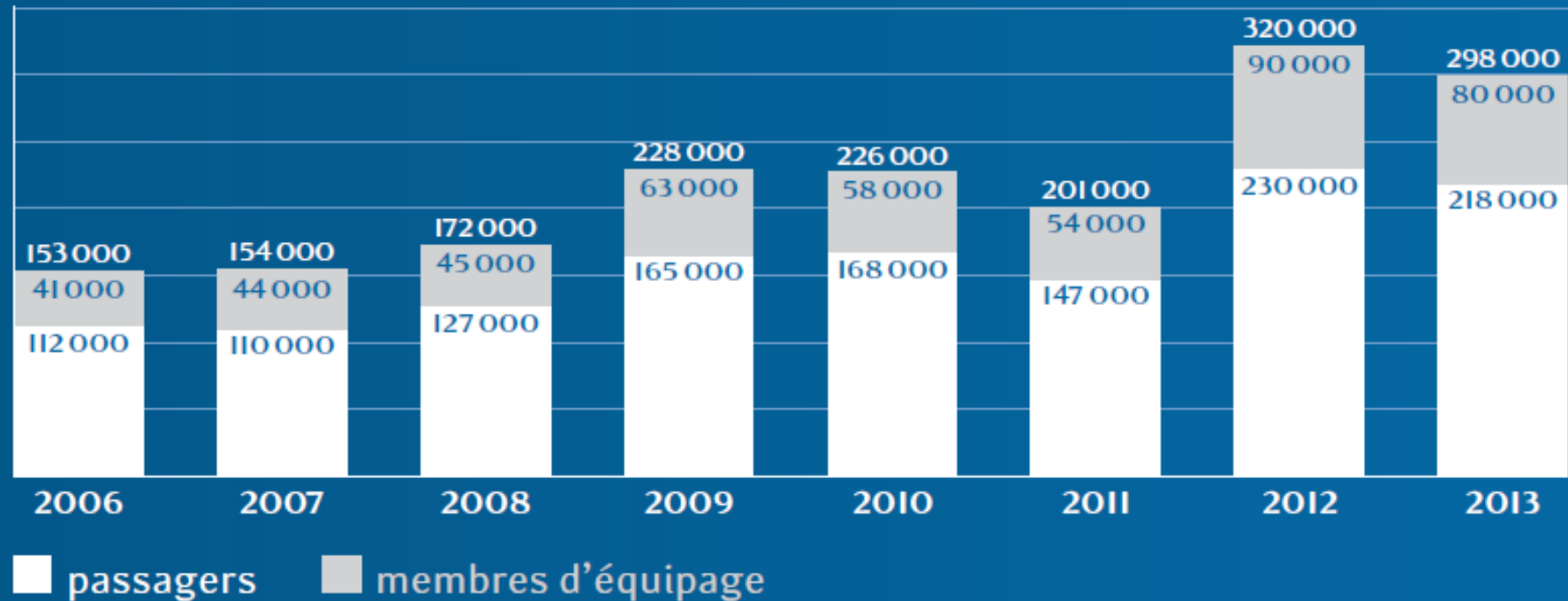


Les investissements

GASPÉSIE	<ul style="list-style-type: none">• Développement de la zone portuaire et d'un terminal intermodal• Train Touristique• Construction et aménagement d'Attraits	45,9
ÎLES DE LA MADELEINE	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration des infrastructures portuaires et du terminal• Aménagement du secteur portuaire et développement d'attraits	10,0
HAVRE-SAINT-PIERRE	<ul style="list-style-type: none">• Agrandissement du terminal• Construction et aménagement d'attraits	16,7
SEPT-ÎLES	<ul style="list-style-type: none">• Prolongement du quai• Aménagement d'attraits	25,6
BAIE-COMEAU	<ul style="list-style-type: none">• Terminal de croisières• Jardin des glaciers	41,0
SAGUENAY	<ul style="list-style-type: none">• Développement de la zone portuaire• Agrandissement d'attraits• Installations portuaires	47,1
	Total	186,3

Les résultats

VOLUME DE PASSAGERS DE 2006 À 2013: PLUS DE 1,7M SUR LE SAINT-LAURENT



Prévisions 2014

287 escales sur le Saint-Laurent

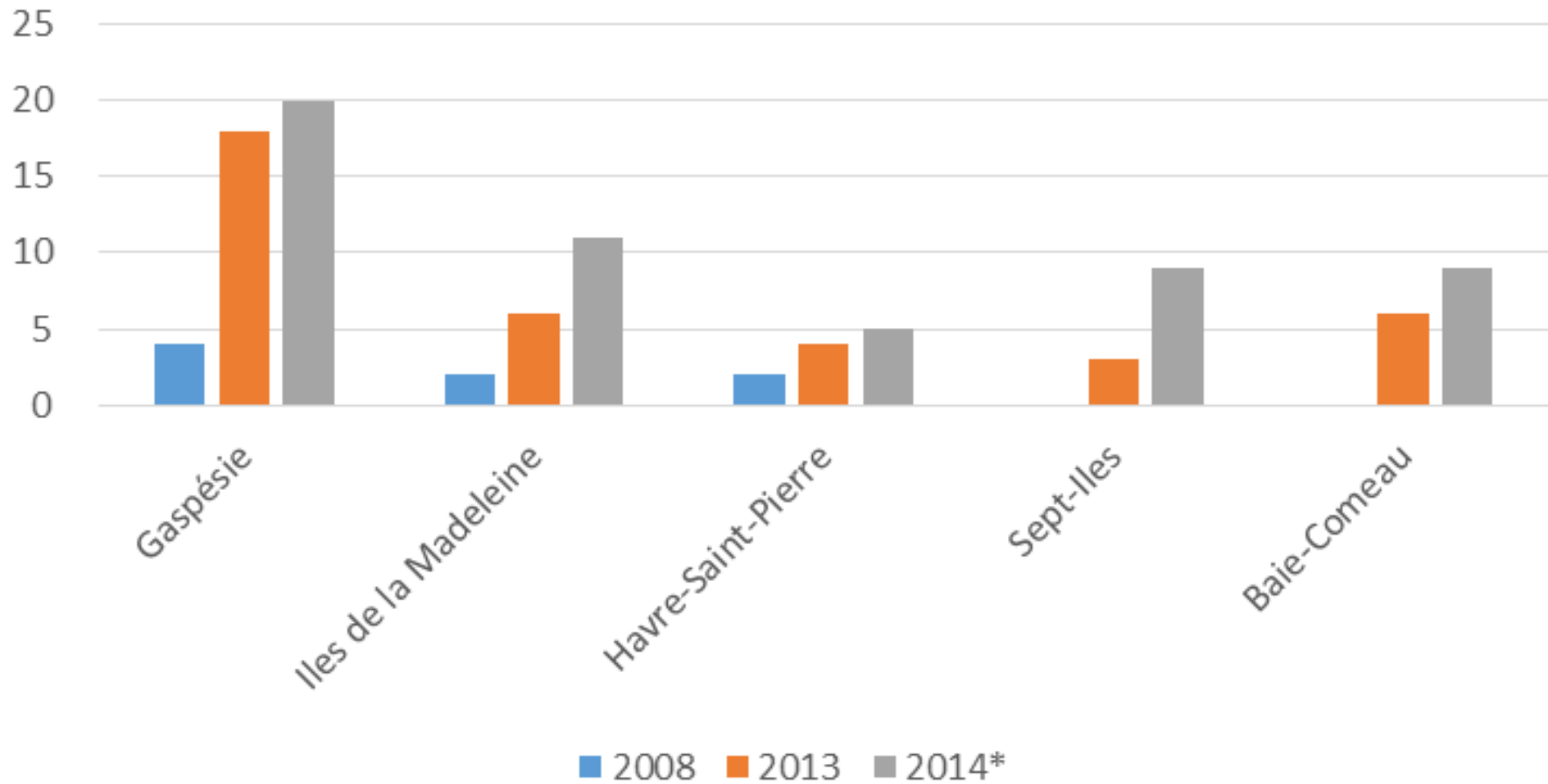
63 opérations embarquement/débarquement

288 000 passagers & 92 000 membres d'équipage

Saison : du 8 mai au 11 novembre



Évolution du nombre d'escales



Résultats – Retombées économiques (2007 vs 2012)

- Retombées économiques totales : + **90%**
- Emplois dans le domaine des croisières: + **97%**
- Masse salariale liée à l'industrie des croisières: + **137%**

Type de retombée	2007	2012
Dépenses des compagnies de croisières	51\$ Millions	93\$ Millions
Dépenses des passagers	24\$ Millions	45\$ Millions
Dépenses des membres d'équipage	3\$ Millions	2\$ Millions
Retombées économiques totales	150\$ Millions	285\$ Millions
Emplois dans le domaine des croisières	1 104	2 173
Salaires liés à l'industrie des croisières	41\$ Millions	97\$ Millions

Source : BREA, Economie Contribution of the International Cruise Industry in Canada 2012, March 2013

Les dépenses

Passagers dans les ports d'escale

- Hébergement 23%
- Aliments boissons dans les bars et restaurants 20%
- Achat de souvenirs 14%
- Tours guidés 13%
- Vêtements et chaussures 13%

Membres d'équipage

- Aliments boissons dans les bars et restaurants 38%
- Vêtements et chaussures 22%
- Aliments et boissons dans les épiceries 13%
- Achat de souvenirs 11%



Profil général du marché

Provenance

- Domination au niveau mondial de la clientèle venant des États-Unis (51,7 % du marché mondial et croissance de 15,1% sur 5 ans), mais celle-ci s'atténue avec la croissance observée au cours des dernières années dans d'autres marchés, notamment l'Europe

Diversification importante de la clientèle au niveau mondial:

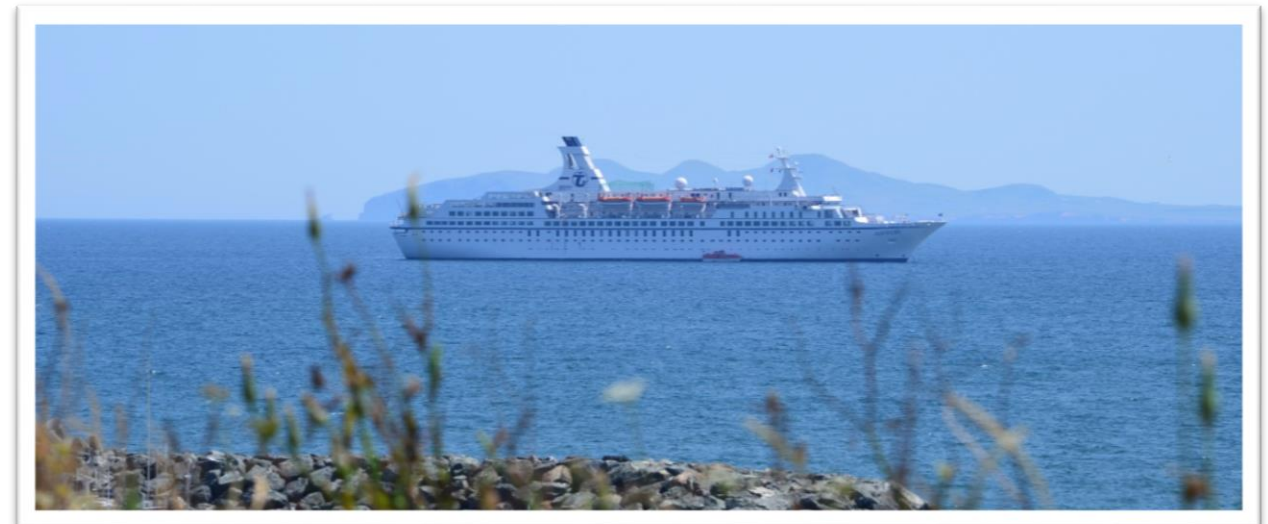
- l'Australie et la Nouvelle-Zélande (3,6% du marché mondial)
- l'Allemagne, le Royaume Uni, France et Italie (l'Europe représentant 25% du marché)
- Croissance de 84,8% sur 5 ans du volume de croisiéristes canadiens (3,4% du marché)

Profil général du marché

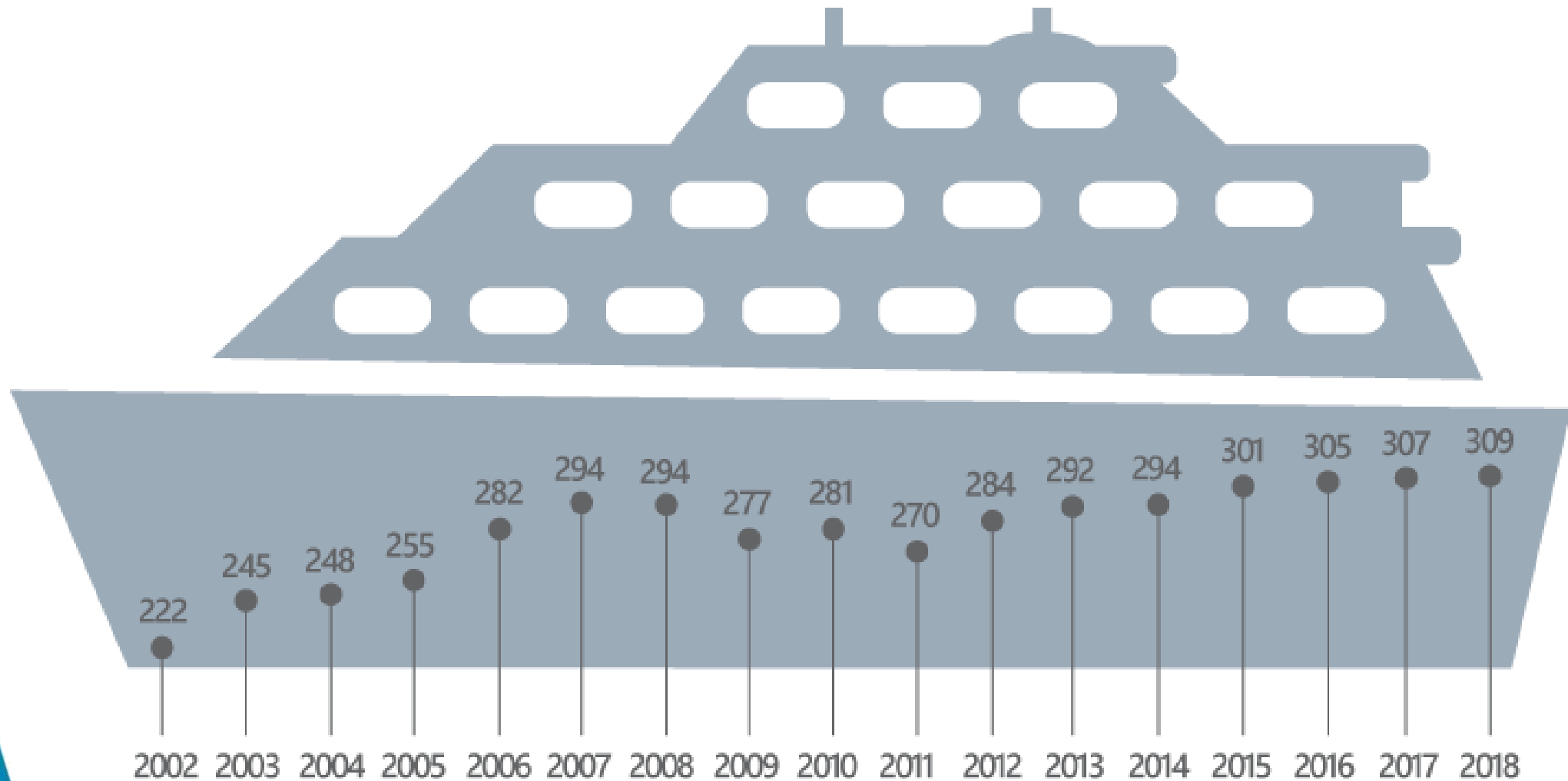
Marché des croisières internationales en croissance continue depuis plusieurs années: prévision de 21,7 millions passagers en 2014

Particularités de l'industrie

- Industrie des croisières internationales dominée par trois entreprises qui contrôlent 80% du marché:
 - Carnival Corporation
 - Royal Caribbean International
 - Norwegian Cruise Line
- **En 2014 sur le Saint-Laurent :**
 - 26 navires
 - 22 compagnies



Nombre de navires dans le monde 2002-2018



Profil général du marché

- **Marché contemporain:** Norwegian Cruise Line (989\$/pers: 7 nuits), Royal Caribbean (1 304\$/pers. 10 nuits)
- **Marché premium:** Holland America (1 084\$ à 1 599\$/pers. 10 nuits), Princess Cruise line (2 088\$/pers. 9 nuits)
- **Marché de luxe:** Oceania (4 999\$/pers. 15 nuits), Crystal Cruises (3 235\$/pers. 7 nuits)
- **Grand Luxe:** Regent seven Seas, Seabourn (5 599\$/pers. 14 nuits), Silversea (5 209\$/pers. 10 nuits).
- **Expédition/aventure:** Adventure Canada (7 895\$/pers. 14 nuits), National Geographic (10 090\$/pers. 8 nuits)



Profil général du marché

Les constats suivants proviennent du sondage réalisé dans les ports 9 ports d'escales, du 8 mai au 27 octobre 2012, auprès de 2 527 répondants, dont 2 330 passagers et 197 membres d'équipage des navires de croisières :

Canada Nouvelle Angleterre

- Le **Canada** a reçu 2 051 527 passagers
- **Colombie-Britannique** = 1,2 million de passagers en 2012
- Le **Québec**, 12% du trafic, a accueilli 230 392 passagers ayant généré 140 M\$ de recettes en 2012.
 - La ville de Québec représente 6% du trafic canadien avec 117 191 passagers et Saguenay reçoit à elle seule 29 045 passagers.



Profil général du marché

- Clientèle composée principalement de femmes (54,3%) et d'américains (60%)
- Fortes proportions de personnes ayant de 55 à 64 ans (30%) et 65 ans et plus (54%)
- Moyenne 6,2 heures à terre durant leur séjour dans le port d'escale ciblé
- 2 croisiéristes sur 5 (soit 36%) participent à au moins un forfait d'excursion dans le port d'escale ciblé
- 52% préfèrent acheter de tels forfaits de manière indépendante.
- De ce nombre, quasiment tous les visiteurs (88 %) réalisent habituellement un seul forfait d'excursion durant leur séjour dans un port d'escale ciblé

Profil général du marché

- Clientèle touristique domestique à plus de 75% dans la plupart des escales régionales
- La clientèle de croisières est de provenance internationale à 85%, visites concentrées entre septembre et octobre, dates connues un an l'avance, durée des visites et nombre de visiteurs connus, profil des passagers!
- Itinéraires connus
- Visites réparties sur 6 mois



Défis

- Augmenter notre part de marché à l'échelle mondiale et allonger la saison d'opération
- Consolider les investissements consentis par les 9 escales membres de l'ASCL
- Moderniser les infrastructures d'accueil dans les ports d'embarquement et de débarquement de Montréal et Québec pour répondre adéquatement à l'augmentation anticipée du nombre de navires et de passagers
- Implanter la politique d'accueil pour devenir la meilleure expérience croisière du monde

La perception avant leur visite

- **Les croisiéristes ont une image plutôt floue de la région Canada New-England.**
Une image qui est un mélange de New-York ou Boston, de la côte du Maine, des provinces atlantiques, du Québec et du Saint-Laurent.
- Ils ont peu de connaissances des destinations touristiques telles que Saguenay ou Gaspé et encore moins Havre-Saint-Pierre ou Baie-Comeau.
- L'image se précise par des icônes connues telles que le Rocher Percé, la ville de Québec et le Château Frontenac, Anne aux Pignons verts, la Citadelle d'Halifax, le Homard, les baleines et les villages de pêcheurs.
- Plusieurs ne savent pas que nous parlons français.

- Les visiteurs internationaux recherchent des expériences uniques et authentiques.
- Les voyageurs souhaitent que la vie et les périodes de repos leur rapporte davantage refusant d'être de simples observateurs, ils tiennent à participer et à s'immerger dans le milieu qu'ils visitent.
- Ils souhaitent vivre une expérience à caractère humain en harmonie avec la culture locale.



La promesse de notre destination

Le Saint-Laurent, la destination offrant
le meilleur accueil au monde

Implantation d'une politique d'accueil



- Accueil bienveillant et attrayant de tous les collaborateurs
- Qualité de l'animation
- Qualité des informations
- Qualité des installations
- Qualité des services, des produits, des attraits
- Confort et sécurité des visiteurs

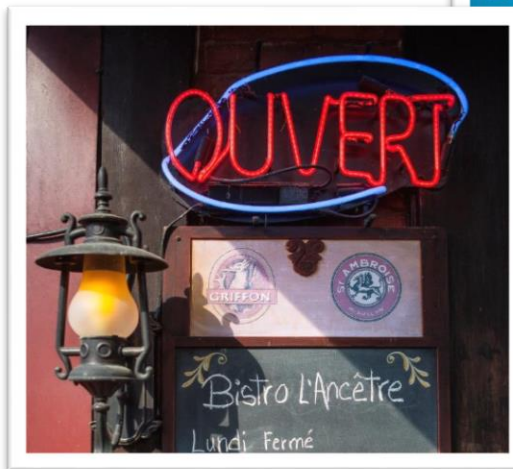
La promesse des escales

- Créer et offrir des expériences différentes d'un endroit à l'autre: parc de l'Archipel de Mingan, rencontre avec le peuple Innu, le fjord et sa fabuleuse histoire, l'île Bonaventure, les grands barrages hydro-électriques, les artisans des Îles de la Madeleine, les villes historiques: Québec, patrimoine de l'Unesco, Trois-Rivières, ville-boutique et Montréal, métropole française d'Amérique.
- Offrir le meilleur accueil au monde ! Titre décerné 3 fois à l'escale Saguenay par l'industrie des croisières au niveau international, avec la mention : « Assurément le meilleur au monde! »
- Favoriser les rencontres avec des citoyens heureux d'exprimer leur bonheur de vivre au Québec, que ce soit dans un petit village aux racines acadiennes ou dans une ville aux allures industrielles.

Raconter sa propre histoire avec fierté

S'adapter aux besoins des croisiéristes

- Être ouvert pendant les heures d'escale des navires
- Modifier les horaires et embaucher du personnel supplémentaire
- Accepter la devise américaine \$ ou offrir un taux de change du jour
- Offrir un **service bilingue** ou multilingue



S'adapter aux besoins des croisiéristes

- Offrir des produits pour toutes les gammes de clientèles
- Identifier les produits les plus authentiques
- Proposer des formats et emballages adaptés pour retour en avion
- Offrir le transport postal ou par courrier privé
- Développer le commerce en ligne
- Offrir une réduction de 5 à 10% sur présentation de la carte de croisiériste (sea pass)



S'adapter aux besoins des croisiéristes

- Décorer vos vitrines
- Installer des sculptures
- Créer un environnement convivial et agréable qui représente votre milieu
- Offrir du thé chaud, un morceau de sucre à la crème, dans une boutique de vêtement...
- Installer un banc pour le conjoint près d'une salle d'essayage
- Avoir une carte géographique de l'endroit pour informer votre visiteur



Pistes de collaboration pour supporter les escales locales

Positionner les escales de la Côte-Nord, de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine, auprès des consommateurs, sous la thématique des croisières internationales.

Par différents moyens tels que

- WEB
- Salons consommateurs
- Relations médiatiques
- Dans les guides touristiques des ATR et autres outils promotionnels

Pistes de collaboration pour supporter les escales locales

Courtiser les croisiéristes qui ont l'intention de revenir au Québec (30%...)

Par différents moyens tels que

- Remettre un outil promotionnel
- Constituer une banque de données
- À leur arrivée ou départ des ports d'escales
- Aux ports de Québec ou de Montréal



Pistes de collaboration pour supporter les escales locales

Collaboration des ATR ou offices locaux de tourisme, chambre de commerce, CLD au développement local de l'offre aux croisiéristes

Par différents moyens tels que

- Développement d'outils d'accueil, cartes géographique
- Signalisation, aménagement, décoration, sculptures
- Développement du transport en commun
- Enjeux de recrutement et formation de ressources humaines compétentes, bilingues et multilingues.

Pistes de collaboration pour supporter les escales locales

À moyen terme, dans les escales régionales du Saint-Laurent :

- Promouvoir et étendre l'adhésion à la politique d'accueil des croisiéristes
- Développer l'accessibilité aux personnes à mobilité restreinte
- Implanter une stratégie de développement durable



Les croisières internationales, les paquebots, le contact avec des visiteurs étrangers contribuent à accroître l'indice de bonheur d'une escale.

- Affirmer votre fierté et votre appartenance
- Exprimez que vous êtes heureux de vivre dans une ou l'autre des escales
- Impliquez-vous, soyez un acteur, et faites vivre des expériences à vos visiteurs
- Investissez et tirez profit de cette industrie et supportez votre escale!!



www.mediafutur.com



Service maritime boréal, une flotte en expansion.

Journal les affaires, Juillet 2021

La cie service maritime Boréal vient d'acquérir deux nouveaux navires de type catamaran catamaran pouvant accueillir chacun 150 passagers afin de répondre à la demande croissante demande croissante des croisiéristes internationaux. Ces bateaux pourront notamment desservir notamment desservir l'archipel de Mingan et ils compléteront la flotte de cette entreprise qui, on entreprise qui, on se souvient, avait acquis 4 Zodiacs l'an dernier, affectés aux excursions à excursions à Anticosti et ailleurs en Minganie.

Les autorités de Parcs Canada se disent très heureuses de pouvoir accroître l'achalandage, l'achalandage, notamment en automne en offrant de nouveaux forfaits avec ce transporteur transporteur.

Cayenne X treme

Journal de Québec, 24 Juillet 2020

Cette année l'escale Havre Saint-Pierre offre des visites «x-trême» aux croisiéristes avides de sensations fortes. La cie Héli-Cayenne propose aux nageurs aguerris une course contre la montre hors du commun qui débute par une descente vertigineuse en rappel de la Chute Vauréal à Anticosti et se termine par l'escalade

Spirit on wheels

Porthole Cruise Magazine, fall edition 2020

Les Innus de Uashat mak Mani-Utenam remportent un prix international pour l'attrait ayant le l'attrait ayant le mieux performé au sein de la Royal Caribbean Cruise Line.

En effet, le Méga camp Innu à l'embouchure de la rivière Moisie, s'est démarqué grâce à son démarqué grâce à son «swet lodge» nouveau genre adapté au besoin de la clientèle à mobilité clientèle à mobilité réduite souhaitant vivre une expérience spirituelle à la manière des manière des peuples autochtones.

www.mediafutur.com

Argile-O-Mer fontaine de Jouvence !

Magazine Châtelaine, mai 2020

La compagnie Argile Eau Mer est prête à accueillir les 50 000 passagers de croisières qui visiteront l'escale Baie-Comeau cette année. Des recherches entourant l'argile marine sensible ont mené à la découverte de propriétés rajeunissantes et les produits et soins trouvent preneurs parmi les croisiéristes.

Hôtels flottants à Baie-Comeau

Québec Science, Avril 2024

2 navires de croisières de la compagnie Princess Cruises seront amarrés au quai de Baie-Comeau de Baie-Comeau pendant une semaine afin de compléter l'offre locale d'hébergement dans le d'hébergement dans le cadre du sommet mondial sur le réchauffement climatique qui aura lieu à climatique qui aura lieu à Baie-Comeau en septembre prochain.

Cette rencontre est l'aboutissement de plusieurs années d'efforts de la corporation du Jardin des corporation du Jardin des glaciers qui ont mené à des avancées importantes dans le domaine de la le domaine de la recherche sur les cause et les solutions reliées au problème du réchauffement réchauffement climatique. La réserve mondiale de la biosphère de Manicouagan et plus et plus spécifiquement son histoire géologique et sa géomorphologie suscitent grand intérêt de la part des croisiéristes qui visitent le Jardin des glaciers.

Le Queen Mary 2 à Sept-Îles

Journal Le Soleil, 4 octobre 2020

Le 4 octobre 2020 aura lieu la célébration du 10^e anniversaire de l'inauguration du premier quai du premier quai des croisières de Sept-Îles. Pour cette occasion, Mylène Paquette sera présente et remettra à l'eau son embarcation, le Hermel, pour la première fois depuis sa traversée historique de l'Atlantique en solitaire. Des retrouvailles émouvantes ainsi qu'une reconstitution de l'aide apportée par le Queen Mary 2 à la

www.mediafutur.com

Des wagons de plus pour le train l'Amiral en Gaspésie

Tourismexpress, 17 Janvier 2020

En 1995, le journaliste spécialisé en transport Terry Pindell publiait dans les plus grands les plus grands quotidiens américains à propos du train le chaleur: «The most scenic

www.mediafutur.com

Des sculpteurs australiens aux Îles de la Madeleine!

La Presse + , 10 août 2021

L'attrait des plages des Îles de la Madeleine et le festival des châteaux de sable attirait

Best welcome in the world!

Cruise Insight Magazine, 14 mars 2020.

Le magazine Cruise Insight dans le cadre d'une cérémonie tenue au prestigieux Hôtel National Hôtel National de Miami remettait hier soir **pour la 10^{ième} année consécutive** le prix de l'escale le prix de l'escale offrant le meilleur accueil au monde. Le premier ministre du Québec, Québec, l'honorable Jean Tremblay, originaire de Saguenay, s'est déplacé à Miami pour assister Miami pour assister à la cérémonie qui regroupait les représentant des plus grandes grandes destinations de croisière. Au terme de la soirée il citait : «**Croire, ça change tout**».

Merci !!

