



ETAT DE L'INDUSTRIE DE LA CROISIERE EN ASIE : PLUS DE NAVIRES, DE PASSAGERS ET DE PORTS QUE JAMAIS

*Cruise Lines International Association (CLIA) publie un rapport complet
sur les tendances de la croisière en Asie.*

Paris, le 31 Mars 2015 - Cruise Lines International Association (CLIA) a publié les résultats complets de l'étude sur les Tendances de la Croisière en Asie. Dans l'ensemble, les données révèlent que l'industrie de la croisière en Asie connaît une robuste croissance à deux chiffres des navires, des passagers et des ports dans la région. En utilisant les résultats, CLIA a partagé de nouvelles données et identifié les tendances de l'industrie de la croisière en Asie :

1. **Augmentation de la capacité** – La capacité de transporter des passagers continue d'augmenter avec l'introduction de nouveaux et de plus grands navires dans la région. Depuis 2013, la capacité passagers a augmenté à un taux de croissance annuel composé de **20%** et devrait atteindre près de 2,2 millions en 2015. La région Asie a rapidement progressé au quatrième rang dans le déploiement de la capacité passagers, à égalité avec l'Australasie.
2. **Augmentation des passagers asiatiques** – Avec cette capacité accrue de navires, les Asiatiques naviguent plus que jamais. Les compagnies de croisières ont accueilli près de **1,4 million de vacanciers asiatiques** en 2014, soit un taux de croissance annuel composé de **34%** depuis 2012.
3. **Augmentation des passagers chinois** – De 2012 à 2014, le nombre de passagers chinois a augmenté de **79% par an**. En 2014, **697.000 passagers** provenaient de Chine continentale, soit presque autant de passagers que pour tous les autres marchés asiatiques combinés (701.000).
4. **Des passagers de moins de 40 ans** – La génération Y chinoise – âgée de moins de 35 ans – constitue la majorité des voyageurs sortant du pays, selon les statistiques de la World Tourism Cities Federation (WTCF)¹. Cette tendance se retrouve dans l'industrie de la croisière. Dans quatre des plus grands marchés de la croisière (Chine, Malaisie, Indonésie, Philippines) plus de **quatre passagers sur 10** avaient moins de 40 ans.
5. **Davantage de navires de croisières en Asie** – Cette année, **52 navires de croisières** seront exploités en Asie, un taux de croissance annuel composé de **10%** depuis 2013. Le nombre de croisières et de voyageurs dans la région a également augmenté avec 1065 départs prévus cette année, en hausse de **11%** par an. Il y a également eu une augmentation significative du nombre de jours où les navires de croisières sont en opération, de 4307 jours d'exploitation en 2013 à 5824 jours d'exploitation en 2015.
6. **Découverte de l'Asie** – Tandis que le tourisme émetteur asiatique est en pleine explosion dans le monde entier, l'étude a révélé que les croisiéristes asiatiques exploraient majoritairement les destinations asiatiques. Plus de **neuf passagers sur dix d'Asie** (91%) ont navigué en Asie. Les 9% restants se sont envolés vers des destinations de croisières en dehors de la région, principalement en Europe, suivie par l'Alaska et les Caraïbes.

7. **Prolifération des Ports** – La croisière dans la région comprend plus de **168 destinations à travers 18 pays**, faisant du voyage en croisière l'un des moyens les plus faciles pour découvrir tout ce que l'Asie a à offrir. Alors que l'introduction de nouveaux ports dans toute l'Asie est idéale pour les voyageurs, elle l'est aussi pour les économies locales. Avec une **augmentation absolue de 34% des ports d'escales** depuis 2013, les compagnies de croisières amènent plus de visiteurs vers des destinations en Asie ayant un impact direct sur la croissance économique dans la région. Le Japon se classe en première position avec **646 escales** prévues en 2015, suivi par la Malaisie (580), la Corée du Sud (377), Singapour et la Thaïlande (374 chacun).
8. **Des croisières courtes** – Selon les marchés, de nombreux asiatiques ont des congés annuels limités. Par conséquent, les croisières de courte durée sont favorisées par les clients asiatiques avec **48% des passagers asiatiques** ayant choisi des croisières de 4 à 6 jours en 2014, **38%** des croisières de 2 à 3 nuits, et **seulement 12%** optant pour des croisières de 7 à 13 nuits.
9. **Attraction du voyageur asiatique** – Les compagnies de croisières ont reconnu la nécessité d'apporter leurs meilleurs navires et équipements dans la région. De nouvelles offres à bord adaptées aux clients asiatiques comprennent des activités toutes incluses destinées aux familles multi-générationnelles, des boutiques haut de gamme, et des menus adaptés proposant des spécialités favorites et une cuisine régionale.

“Il est passionnant que, pour la première fois, nous connaissions la taille réelle des marchés sources asiatiques et que nous ayons pu étendre notre compréhension de la croissance et du potentiel de l'industrie de la croisière en Asie” a déclaré Adam M. Goldstein, Président Monde, Cruise Lines International Association. “2015 sera une année record en Asie avec plus de croisiéristes que jamais. L'industrie de la croisière y répond en offrant davantage de croisières avec des expériences sur mesure pour les passagers asiatiques tout en séduisant les voyageurs internationaux avec un moyen facile de visiter l'ensemble des destinations fascinantes asiatiques.”

A propos du projet

CLIA en Asie a commandé l'étude 2014 des tendances de la croisière en Asie afin de comprendre ce marché en rapide évolution. La recherche s'appuie sur un Livre Blanc de 2013: "Information, Intelligence, Insights" qui a été commandé par la (précédente) Asia Cruise Association. Les deux projets ont été entrepris par CHART Management Consultants, experts mondiaux en tourisme de croisière et en stratégie. Asia Cruise Trends a recueilli trois années de données des tendances auprès de 13 compagnies de croisières internationales et régionales, représentant environ 90% de la capacité des navires de croisières en Asie. Les analyses excluent les croisières d'une nuit. Le rapport détaillé peut être trouvé [ici](#).

###

¹ The World Tourism Cities Federation (WTCF) together with Ipsos, a France-based market research company, conducted a survey of Chinese outbound tour customers in July 2014.

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 23 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.cliaeuropa.eu et www.cruiseforward.org et vous pouvez retrouver CLIA sur Facebook et Twitter.

CONTACTS PRESSE



+33 1 42 61 80 59

Sandrine Staub

sandrine.staub@laboutiquerp.com

Amandine Leymarie

amandine.leymarie@laboutiquerp.com