

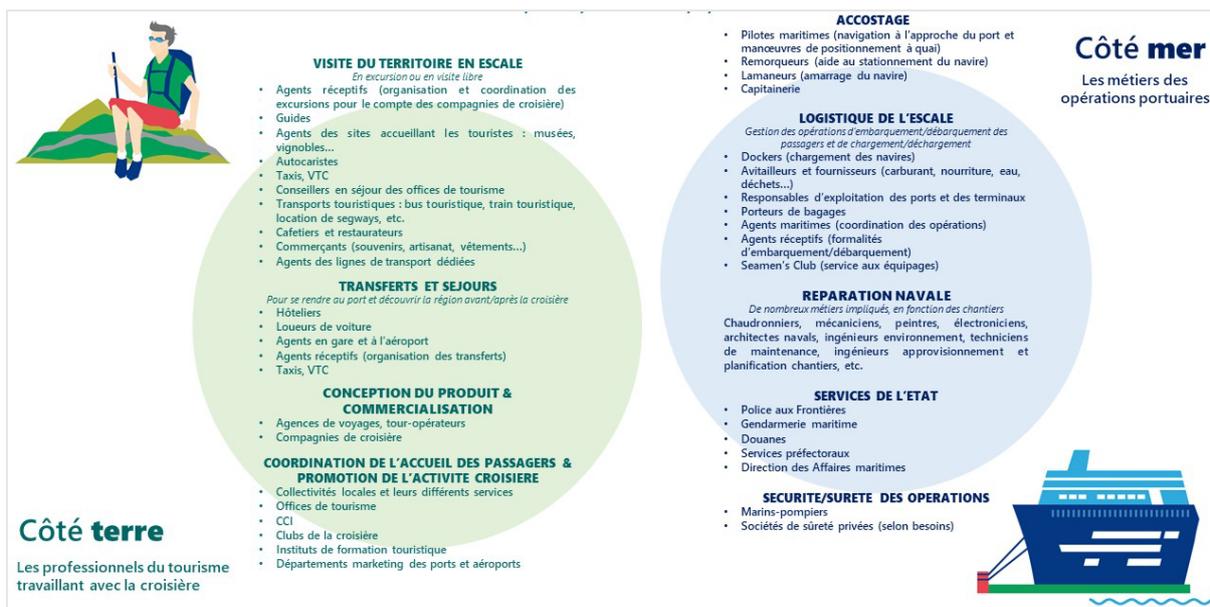
BILAN ESTIVAL FILIERE CROISIERE MARSEILLE PROVENCE 2022

L'été 2022 a marqué le **retour d'un trafic de croisière dynamique**, après des mois d'interruption puis de reprise progressive. **Cette activité a pleinement bénéficié aux professionnels portuaires et touristiques locaux.** « Tourisme des quatre saisons », la croisière n'a pas engendré de **pression supplémentaire en termes de flux touristiques, avec des escales réparties de façon homogène sur les deux mois.** En matière environnementale, les opérateurs maritimes et portuaires s'inscrivent dans la continuité des **engagements volontaires et précurseurs pris en 2019** avec la **signature de la Charte Bleue** en programmant des **escales de paquebots très performants** et en **poursuivant leurs investissements.**

L'été 2022 marque également un **retour en force des clientèles extra-européennes, et notamment des passagers en provenance des Etats-Unis**, avec la présence régulière de compagnies telles que Oceania, Royal Caribbean et Viking. Cela témoigne de l'attractivité préservée de Marseille et de la Provence en tant que destination de croisière auprès des différentes nationalités, mais aussi des différents publics : **près d'une escale sur cinq a été assurée par une compagnie positionnée sur le haut de gamme** (segments croisière « premium » et « luxe »).

Pour visiter la destination, **les passagers et les compagnies ont pu compter sur la mobilisation sans faille des professionnels du tourisme**, en première ligne pour l'accueil des croisiéristes. Les autocaristes, les agences réceptives et les guides ont participé à l'organisation de nombreuses excursions, à Marseille et en Provence, complété par un service de navettes entre le terminal croisière et différents points du centre-ville. Les passagers, qu'ils soient en excursion ou en « visite libre », mais aussi certains membres d'équipage ont continué à bénéficier de **l'offre de commerces et de services du centre-ville marseillais**, dynamisée par les événements de l'été. **Leurs dépenses reflètent une large palette de commerces et de services**, au-delà des achats de souvenirs locaux : nourriture, transport, vêtements, santé, etc. C'est donc une grande partie du tissu économique local qui capte, directement ou indirectement, les retombées économiques de la croisière. Certains commerçants du centre-ville estiment que la croisière représente une part de leur chiffre d'affaires pouvant aller de 10 à 50%. Ce dynamisme a ainsi eu un impact fort en termes d'emplois, malgré des secteurs en tension.

[> Qui travaille pour le marché de la croisière ?](#)



> Quelques témoignages de professionnels travaillant directement avec la filière croisière locale :

Julien Guedj, Président, Colorgroup Experience

www.colorgroup.fr

« Le marché de la croisière a représenté environ 50% de notre chiffre d'affaires durant les mois de juillet et d'août 2022, que ce soit pour des visites organisées avec les agences réceptives locales des compagnies, ou pour les croisiéristes qui n'ont pas acheté d'excursion à bord des navires et qui ont décidé de visiter librement Marseille. »

Eric Bouclon, Président, Les Taxis Marseillais

www.lestaxismarseillais.fr

« L'activité croisière est essentielle pour nos taxis, ils suivent jour après jour le planning des arrivées de navires pour organiser leur activité. Ils assurent des courses entre l'Aéroport et la Gare Saint Charles pour les croisiéristes qui embarquent ou débarquent de croisière depuis le terminal croisière. Nous les conduisons également depuis leur hôtel au terminal croisière, principalement le week-end.

En semaine, nombreux sont les croisiéristes américains ou sud-américains en escale qui partent en famille ou entre amis une journée entière en balade en Provence depuis le Terminal Croisière. Certains jours, nos chiffres montrent que la retombée économique s'élève à plus de 100 000 euros pour nos adhérents. »

Jean-Baptiste Rufach, co-fondateur, Tous en Biclou

www.tousenbiclou.fr

« Nous sommes une jeune entreprise de l'Economie Sociale et Solidaire et nous venons d'ouvrir notre local à deux pas du Vieux-Port. Nous proposons des vélos mécaniques ou à assistance électrique à la location. Notre spécificité est de proposer un parcours à nos clients, en fonction de leur demande, de leur condition physique et du temps dont ils disposent. Les parcours se font en autonomie ou accompagné. Nous avons pu louer à plusieurs reprises des vélos à une clientèle croisière souhaitant visiter librement Marseille. La prochaine étape ? Pouvoir être référencé directement auprès des agences réceptives travaillant avec les compagnies de croisière. Les escales croisières de l'automne nous

permettront de prolonger notre activité touristique, en complément de la clientèle marseillaise qui reste l'une de nos principales cibles. »

Marc Rigonet, Gérant, Post Café

<https://le-post-cafe.eatbu.com/?lang=fr>

« Nous avons été ravis de revoir en nombre la clientèle croisière. Cet été, elle nous a apporté une contribution non négligeable à notre chiffre d'affaires (environ 20%). Nous les accueillons pendant toute la journée, souvent pour boire un café le matin. Nous avons quelquefois le plaisir de les revoir l'après-midi après leur visite de Marseille, pour manger une salade en milieu d'après-midi, avant de reprendre la navette autocar qui les a déposés à proximité de notre établissement et qui les reconduit à leur bateau. Nous accueillons principalement de la clientèle qui visite librement la ville. Nous sommes un établissement familial et prenons beaucoup de plaisir à bien accueillir et renseigner les croisiéristes. »

Stephanie Rissel, directrice croisière, Agence Voyages Mathez

www.voyagescmathez.com/croisiere

« Après deux années d'interruption, j'ai eu le plaisir de retravailler cet été avec mes clients armateurs et pour leurs guests. Mon métier consiste à créer et proposer des excursions aux compagnies de croisière avec lesquelles j'ai un contrat. Nous sommes une agence certifiée "Travel Life" qui est une certification qui atteste que nos produits répondent aux objectifs de développement durable. De ce fait, tous les produits que je propose sont "sustainable" : slow tourism, produits locaux, visite d'artisans locaux, respect des flux, autocars de classe Euro5 et Euro6. En moyenne, pour chaque escale, je fais appel à une soixantaine d'autocars, presque autant de guides et de personnels d'accueil. Je fais travailler, pour les excursions d'une journée, des restaurants, une trentaine de prestataires (vélos, kayaks, DIY -doityourself- et d'artisans (savons et lavande par exemple) ou visite ou ateliers de dégustations (huiles, chocolats, fromage, vin). Également, je réserve pour les clients des vans ou des VTC pour partir se balader à la journée. Cet été, j'ai travaillé pour beaucoup d'américains, de sud-américains, mais aussi pour beaucoup de clients en provenance du Moyen-Orient (Arabie Saoudite, Qatar, Emirats Arabes Unis). »

Régis KOCH, Directeur, Hôtel Ibis Marseille Centre Gare Saint Charles

www.ibis-styles-marseille-saint-charles.com

« Nous n'avons pas systématiquement comptabilisé le nombre de clients croisières qui ont séjourné dans notre hôtel avant d'embarquer en croisière cet été, mais leur volume est significatif dans notre taux de remplissage le week-end (environ 10%). Nos réceptionnistes les identifient aisément grâce aux étiquettes accrochées à leurs valises, avec le logo des compagnies Costa Croisières ou MSC Croisières. Principalement francophone, c'est une clientèle qui décide généralement de rester diner dans notre restaurant. Elle nous commande des taxis pour le terminal croisière après leur check-out en fin de matinée. »

Contact presse :

Elsa Basset

ebasset@marseille-cruise.com

06 73 86 53 72