

Classe de maître SDC Vieux-Montréal



BREF RETOUR SUR 2024

ACHALANDAGE

PASSAGERS	50 353
JOURS / PASSAGERS	60 631
MEMBRES D'ÉQUIPAGE	14 889

OPÉRATIONS

- 41** Opérations: 32 turns et 9 escales
- 9** Nouveaux navires
- 12** Branchements électriques (+3)
 - 717 064 KWH consommés (+ 58%)
 - 570,4 tonnes de GES épargnés
- 33** Navires ont utilisé le système de collecte des eaux usées à quai (+136%)
- 2400** Courses de taxis dont 33% en taxis électriques et 37% en taxis hybrides

RAVAILLEMENT EN PRODUITS DU QUÉBEC



SAISON 2025 (25 avril – 1 novembre)

41**opérations:**

- ❑ 34 opérations « **turn** » (embarquement / débarquement), c'est-à-dire que les passagers terminent leur croisière à Montréal et que de nouveaux passagers embarquent pour commencer leur croisière.
 - 24 de ces opérations se font le jour même. Typiquement, le navire arrive vers 7h00, les passagers débarquent entre 7h30 et 10h00, les nouveaux passagers commencent à arriver vers 11h00 et le navire quitte vers 17h00.
 - Pour 10 de ces opérations, le navire restera à quai 3 jours. L'opération du « turn » se fera le deuxième jour. Autrement dit, les passagers qui terminent leur croisière auront toute la première journée pour découvrir la ville. Le débarquement et l'embarquement de nouveaux passagers se fera le lendemain, et les nouveaux passagers auront toute la journée du troisième jour pour découvrir la ville jusqu'au départ du navire.
- ❑ 7 opérations « **call** » (escale), c'est-à-dire que les passagers passeront plusieurs heures à Montréal pour visiter la ville, puis remonteront à bord du navire qui quittera en fin d'après-midi.

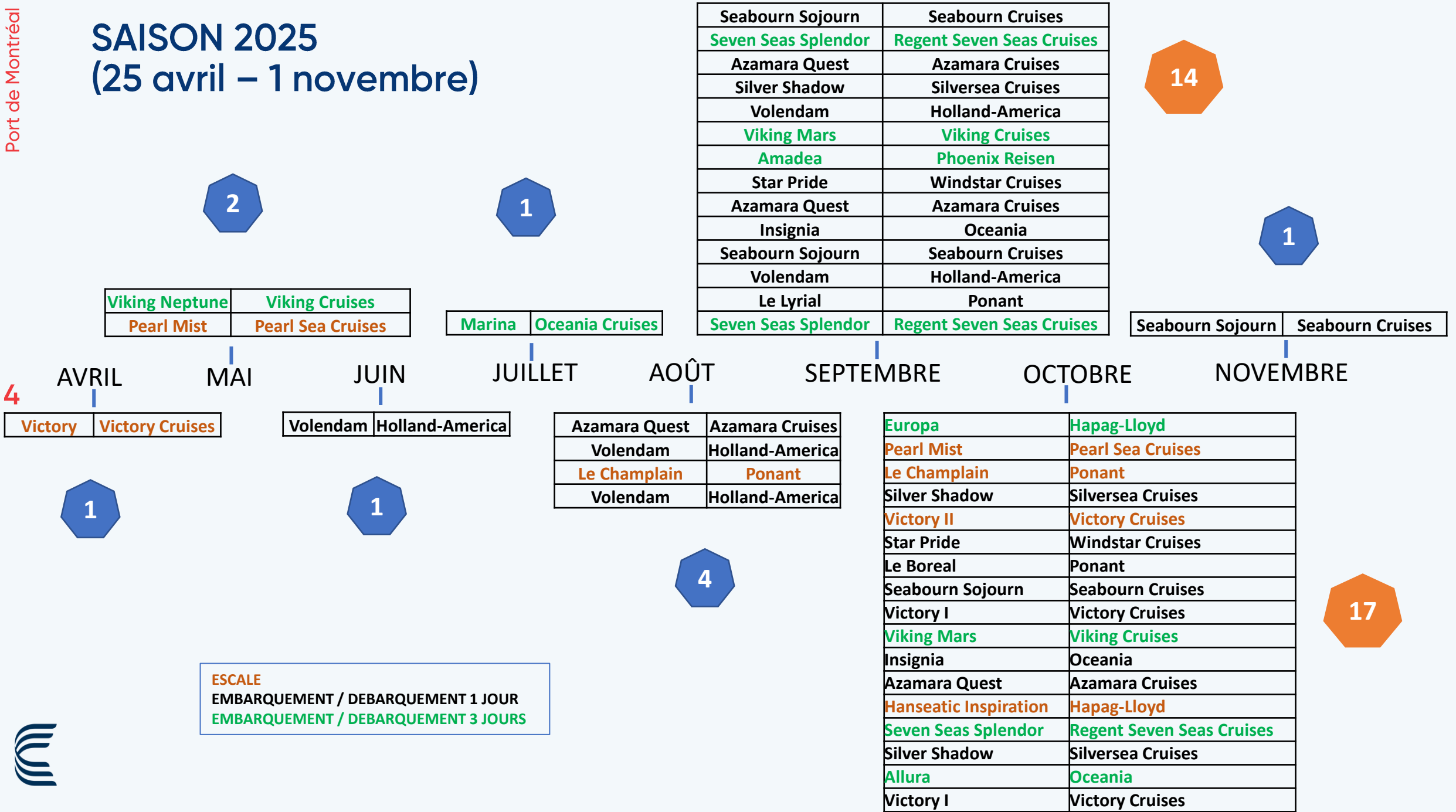
3**navires de catégorie luxe visiteront Montréal pour la première fois:**

- *Seven Seas Splendor* de la compagnie Regent Seven Seas (capacité: 750 passagers)
- *Silver Shadow* de la compagnie Silversea (capacité: 400 passagers)
- *Allura* de la compagnie Oceania (capacité: 1 200 passagers)



SAISON 2025

(25 avril – 1 novembre)



IMPACT ÉCONOMIQUE

Les ponts entre Québec et Montréal limitent la taille des navires qui peuvent venir à Montréal (dégagement aérien = 49 mètres au zéro des cartes). Cela veut-il dire que l'impact économique est négligeable?

NON

1. **La qualité de la clientèle (entendez par cela le pouvoir d'achat) est inversement proportionnelle à la grosseur d'un navire.** Et à ce chapitre, Montréal se positionne avantageusement auprès des compagnies dans le segment **croisières de luxe**.
2. **85 % des opérations sont des embarquement et débarquements**, ce qui veut dire que les croisiéristes commencent leur croisière à Montréal ou terminent leur croisière à Montréal.
3. Plusieurs navires restent plus d'un jour à Montréal (**multiple days**), et donc plus de dépenses locales chez les croisiéristes.

QUELQUES CHIFFRES

38,3 M\$*: dépenses des croisiéristes à Montréal pendant la saison des croisières.

14 M\$*: dépenses des lignes de croisières (ravitaillement en carburant, nourriture, autres biens et services)

692\$*: dépenses moyennes par croisiériste à Montréal (hébergement, nourriture, transport en ville, attrait, dépenses personnelles). **919\$ / croisiériste dans la catégorie Premium /Luxe.**

236*: nombre d'emplois soutenus grâce aux croisières (restauration, hébergement, réservation voyages, ...)

***** *Enquête Impact économique de l'Association des Croisières du Saint-Laurent – saison 2024*

32 100: nombre de nuitées générées pendant la saison des croisières (*)

Estimation basée sur le sondage effectué par Croisières Montréal – saison 2024: 85% des passagers / 1,5 nuitée en moyenne / 2 personnes par chambre



Profil des passagers



41%



59%



67%

62% ont 65 ans et plus
65% retraités



Première visite pour 53%



8% de solo



41% de couples



51% de familles



85% passent 1 à 3 nuitées à Montréal
avant ou après leur croisière



97% de passagers satisfaits de leur visite
à Montréal
+59 NPS



60% ont l'intention de revenir à Montréal
d'ici 5 ans



84% via compagnie de croisière
56% via site web de tourisme et de voyage
23% via agence de voyage



70% ont effectué leur déplacement à pied
pour découvrir la ville; 89% satisfaction

Comment approcher les croisiéristes?

QUELQUES RECOMMANDATIONS

- **Offre:**

- Confirmer l'offre proposée pour cette cible.
- Développement d'une offre adaptée à la cible croisière (haut de gamme et niche).

- **Pour les hôteliers spécifiquement:**

- Mettre sur pieds des forfaits adaptés pré et post
- Travailler avec les réseaux de distribution – agents de voyages, OTA
- Se faire voir dans les magazines / médias spécialisés de l'industrie

- **Vous voulez attirer les croisiéristes dans vos boutiques / restaurants?**

- Il est possible d'organiser une activation (dégustations par exemple, mais pas de vente) dans le terminal pour les passagers des navires qui restent plus d'un jour à Montréal...

- **Faites-vous connaître auprès des DMCs ...**

- Plusieurs lignes de croisière, surtout dans le segment Luxe, travaillent avec des Destination Management Compagny (DMCs) / Agences réceptives pour organiser des circuits touristiques qui sortent de l'ordinaire, des activités culinaires, des événements VIP ...



BONUS – Porthole Cruise and Travel Show

Retour en image sur l'accueil de Porthole Cruise and Travel Show / Magazine by Bill Panoff

Tournage d'un épisode de 15 min sur Montréal comme destination de croisières. Diffusion: Amazon Prime, Tubi, Youtube etc.

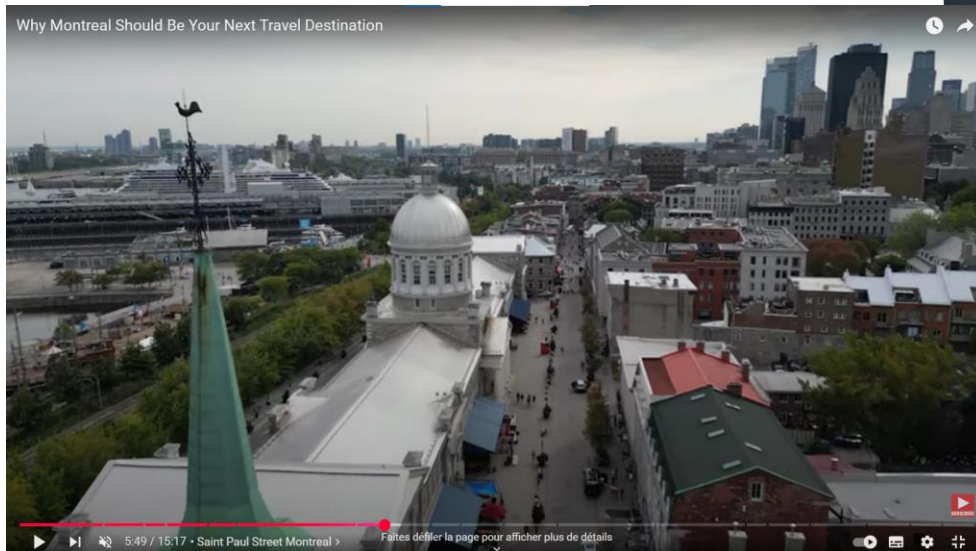
Article et plusieurs Story et Reels sont parus lors du tournage dont une courte vidéo de la visite inaugurale + échange de plaque du *Lyrial* (PONANT)

Livrables

Voir la [Vidéo](#)

Voir [l'épisode](#)

Lire l'article [Remembering Montréal](#)



Porthole
Cruise
and Travel

CRUISE SHIP REVIEWS CRUISE NEWS BLOGS LIFESTYLE VIDEOS SUBSCRIBE



SEPTEMBER 23, 2024 / BY BILL PANOFF / (PORTS)

REMEMBERING MONTRÉAL

Montréal, the jewel of Québec, is a city that captivates me with its unique blend of Old-World charm and vibrant modernity. The moment I arrive, I'm drawn once more into its rhythms—an infectious groove laid down by art, culture, and food.



Walking through Old Montréal feels like being transported to a romantic European city, strolling down cobblestone streets past centuries-old architecture. The Notre-Dame Basilica, with its stunning Gothic Revival design, is an amazing sight. But there's more to the city than its past—Montréal is alive with creativity. Whether it's during summer festivals like Jazz Fest or the winter magic of Igloofest, the city pulses with artistic energy.

Montréal is a paradise for food lovers. From world-famous bagels to indulgent poutine, it's impossible to leave the city without taking delight in its food. I always take time to visit bustling markets like Jean-Talon, where the colors, smells, and flavors of fresh, local produce never fail to inspire. (Try the artisanal jam on a fresh-baked baguette and you'll understand.)

Visiting Montréal before or after your cruise makes perfect sense. It's a city of unforgettable experiences that perfectly complements the cruise experience, whether you're viewing autumn leaves on the St. Lawrence Seaway or on a luxury voyage to the Maritimes and beyond.

But more than anything, it's the people and the atmosphere that truly make me love Montréal. There's a welcoming spirit in the air, a casual yet sophisticated vibe that's hard to describe. The mix of French and English, the café culture, the passion for life—it all creates a city where everyone seems to savor each moment.

It's no wonder Montréal continues to call me back. *Je me souviens!*



**Avez-vous
des
questions ?**

