

Quel bilan été pour le tourisme fluvial ?

La Coupe du Monde de Rugby booste le tourisme fluvial

Mis en lumière pendant la crise sanitaire, le tourisme fluvial a su montrer ses atouts pour séduire et fidéliser la clientèle domestique. Si la communication autour de la sécheresse a pu freiner certains vacanciers, les résultats des acteurs de ce marché restent bons. L'accueil de la Coupe du Monde de Rugby en France a encouragé les clientèles internationales à découvrir la France via ses fleuves.

Rédigé par [Caroline Lelievre](#) le Mercredi 13 Septembre 2023



Le bilan de l'été 2023 est « excellent sur tous les fleuves de France et à l'étranger ! Nous avons dépassé les chiffres de 2019. Le chiffre d'affaires est en hausse de 15 % et le nombre de passagers de 10% », affirme Eric Collange, directeur commercial de CroisiEurope. CroisiEurope/MiranBrautovicIA

Quel bilan pour le tourisme fluvial cet été ?

« *Excellent sur tous les fleuves de France et à l'étranger ! Nous avons dépassé les chiffres de 2019. Le chiffre d'affaires est en hausse de 15 % et le nombre de passagers de 10%* », répond [Eric Collange](#) directeur commercial de CroisiEurope.

La communication massive lancée à la télévision et dans la presse grand public par le croisiériste a payé, couplé à « *l'envie des clients de voyager après des privations, le bon niveau d'activité des agences de voyages et la petite capacité des bateaux CroisiEurope, jugés plus écologiques, avec entre 130 et 140 passagers* », pointe Éric Collange.

Le tourisme fluvial s'inscrit parfaitement dans les aspirations du [slow tourisme](#). Autre atout pour l'hexagone : **La France dispose du premier réseau navigable d'Europe, avec 8 500 km**, plus de 700 ports et haltes fluviales et de nombreux ouvrages d'art qui relient les cinq principaux fleuves, à proximité de grands sites naturels ou patrimoniaux.

Le bilan de l'été est également positif pour Emily Deighton, en charge du marketing de Le Boat, acteur de la location de bateaux sans permis en Europe et au Canada : « **La France a été un beau succès avec +35% de réservations versus 2019.**

Nous avons réussi à garder la clientèle française, qui a découvert le tourisme fluvial pendant le covid et enregistré une progression de 12% de réservations des marchés lointains comme les USA, l'Afrique du Sud, la Nouvelle-Zélande et l'Australie. »

« *2022 était une excellente année, le challenge était de maintenir le résultat. Tous les plans de communication des CRT des différentes régions ont fait la part belle au fluvial. Ils nous ont offert une bonne visibilité* », complète-t-elle.

Chez Locaboat Développement dont font partie les marques de location de bateaux sans permis, Locaboat Plaisance et Nicols, cette année les chiffres sont en retrait par rapport à 2022. Pas d'inquiétude pour autant.

« 2022 avait été une année exceptionnelle et atypique post Covid. Nous sommes plutôt sur un retour à la normale versus 2019. Notre offre est en phase avec les nouvelles attentes des clients : la recherche d'authenticité, d'expériences collaboratives et de retour à la nature », explique Camille Binz, directrice marketing de Locaboat Développement.

Sécheresse : la peur de la fermeture des voies navigables

Si la canicule dans le sud de la France, n'a pas contraint le trafic fluvial, cependant la crainte de voir se fermer les voies navigables a pu freiner certains clients.

« La saison a été correcte, avec 400 départs en juillet et août contre 330 l'an dernier. La communication autour de la sécheresse au printemps explique qu'un certain nombre de clients inquiets des niveaux d'eau et de la possible navigation sur les canaux, n'ont pas choisi le tourisme fluvial cette année », explique Bastien Rouil, directeur de Crisboat, qui propose de louer des péniches habitables de 2 à 12 personnes sans permis.

« Le Sud de la France, et notamment le Canal du Midi, a été pénalisé par une communication répétée et alarmante sur la sécheresse », confirme Camille Binz, du Groupe Locaboat Développement.

La Coupe du Monde de Rugby encourage le tourisme fluvial



« Notre offre est en phase avec les nouvelles attentes des clients : la recherche d'authenticité, d'expériences collaboratives et de retour à la nature », explique Camille Binz, directrice marketing de Locaboat Développement.

L'été a été marqué par le retour des clientèles étrangères. « La répartition aujourd'hui est de 55% de Français et de 45% d'étrangers. Si les Français ont profité des croisières en Europe et à travers le monde, la clientèle internationale a fait un retour massif, notamment des Américains et Japonais », observe Eric Collange.

« Pour l'arrière-saison, les long-courriers sont à + 49%. En septembre, l'Australie, l'Afrique du Sud et Nouvelle-Zélande sont à +181% de réservations versus 2019. Clairement l'effet [Coupe du Monde de Rugby](#) », détaille Emily Deighton, de Le Boat.

Même constat pour Camille Binz, directrice marketing de Locaboat Plaisance et Nicols qui attend : « Un bon mois de septembre, notamment avec la coupe du monde de Rugby qui a débuté vendredi.

La clientèle internationale vient assister aux matches en France et combine son séjour avec une croisière fluviale. Les clients recherchent également plus de fraîcheur et moins d'affluence. »

L'arrière-saison est également source de satisfaction chez CroisiEurope. « Nous sommes très en avance sur les réservations pour les marchés de Noël. Nos offres sur novembre sont plébiscitées, telles que les croisières à Naples, en Sicile et Malte. Les voyageurs anticipent de nouveau pour limiter [l'augmentation de l'aérien](#). », note Eric Collange.

Quid de 2024 ? « L'année s'annonce sous les meilleurs auspices, affirme le directeur commercial de CroisiEurope. Nos partenaires autocaristes sont demandeurs sur les GIR.

Les groupes constitués ont un très bon niveau de résa en 2024. **Les tendances semblent excellentes sur tous les fleuves et les réservations en avance par rapport à 2023** », conclut-il



Publié par Caroline Lelievre Journaliste - TourMaG.com

[Voir tous les articles de Caroline Lelievre](#)



[Ajoutez TourMaG à votre flux Google Actualités](#)