



MAGAZINE

# Marc Ancuta

*président de Célébritours*

**LE SUCCÈS  
D'UN RÉFUGIÉ**

LE GRAND  
**GUIDE**  
DES CROISIÈRES 2018

DOSSIER DU MOIS  
**LES GAGNANTS DES MENTIONS  
D'HONNEUR 2017**

NOUVEAU : MICE  
**LE 101 DE  
L'ÉVÉNEMENTIEL**

DESTINATIONS À DÉCOUVRIR  
**AUCKLAND, RÉPUBLIQUE DOMINICAINE,  
CANCÚN, COZUMEL, RIVIERA MAYA ET TRINIDAD**

TRs

YUCATAN  
HOTEL



Plongez dans le luxe d'un nouvel hôtel pour adultes seulement





Esquisse d'artiste

ulement...

## TRS Yucatan Hotel ★★★★★

### Riviera Maya, Mexique

- › Rénové en décembre 2017
- › 454 Suites Junior Royales
- › Cinq restaurants culinaires uniques
- › Nouvelle piscine à débordement d'eau salée exclusive
- › Service aux chambres 24h
- › Accès à tous les services et les installations du Grand Palladium Colonial Resort & Spa, Grand Palladium Kantenah Resort & Spa et Grand Palladium White Sand Resort & Spa

**43 vols par semaine vers Cancun de 17 villes de départ !**

### Offre spéciale

**ÉCONOMISEZ**  
JUSQU'À

**500\$\***

**Pour des séjours jusqu'au  
30 avril 2018**

\*L'économie de jusqu'à 500\$ par couple est basée sur une occupation double, pour une catégorie de chambre de base et valide pour un départ de Toronto les 16 et 23 mars 2018. L'économie est calculée avant les taxes et frais, et incluse dans les prix système. L'offre est sujette à la disponibilité au moment de la réservation et peut être modifiée sans préavis.

# Découvrez en exclusivité

des forfaits de la brochure *Été-Automne 2018*



## NOUVEAUTÉS

### Charmes de l'Alsace

**2 299 \$**

Occ. double

**25 septembre 2018**

9 JOURS • 7 REPAS

Vol: Air Transat

*Inclut une réduction de 100\$/pers.  
si réservé avec dépôt avant le 6 avril*

### La Rochelle et l'île de Ré

**2 499 \$**

Occ. double

**14 mai 2018**

11 JOURS • 2 REPAS

Vol: Air Transat

### Vélo en Autriche En compagnie de Claude Asselin

**3 349 \$**

Occ. double

**26 mai 2018**

11 JOURS • 15 REPAS

Vol: Air Canada

### Merveilles du Portugal

**3 399 \$**

Occ. double

**4 septembre 2018**

14 JOURS • 13 REPAS

Vol: Air Transat

*Inclut une réduction de 100\$/pers.  
si réservé avec dépôt avant le 6 avril*

### Beautés et légendes de Grèce

**4 199 \$**

Occ. double

**5 et 26 mai 2018**

14 JOURS • 27 REPAS

Vol: Air Canada Rouge

### Séjour sur la Costa del Sol et découverte de Barcelone

**2 799 \$**

Occ. double

**24 septembre 2018**

13 JOURS • 18 REPAS

Vol: Air Transat

*Inclut une réduction de 100\$/pers.  
si réservé avec dépôt avant le 6 avril*



## VALEURS SÛRES

### Rome et croisière sur la mer Adriatique

À partir de

**3 899 \$**

Occ. double • Cabine intérieure

**19 octobre 2018**

16 JOURS • 35 REPAS

Vol: Air Canada

Sur le Norwegian Spirit

*Inclut une réduction de 100\$/pers.  
si réservé avec dépôt avant le 6 avril*

### Escapade dans l'Ouest canadien

**3 499 \$**

Occ. double

**20, 27 et 30 août 2018**

11 JOURS • 17 REPAS

Vol: Air Canada

*Inclut une réduction de 100\$/pers.  
si réservé avec dépôt avant le 4 mai*

### Terre-Neuve-et-Labrador, Blanc-Sablon

**3 049 \$**

Occ. double

**30 mai et 5 juin 2018**

12 JOURS • 34 REPAS

Transport en autocar l'Exclusif

Inclut forfait  
BOISSONS ET  
POURBOIRES  
valeur de  
**1800 \$\***

**Brochure livrée à vos bureaux à compter de la mi-février**

1 844 GVQ 4848 | 1844 487 4848 OU SUR SIREV, SABRE VACATIONS ET GALILEO

**gvq.ca**

\* Valeur totale de près de 1800\$ - Valable pour les 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> passagers partageant la même cabine. — Prix par personne en occupation double incluant: transport en autocar de luxe (Amérique) ou en autocar grand tourisme (International), les vols tels qu'indiqués, les repas tels que mentionnés, l'hébergement, les activités au programme (sauf optionnelles), le guide-accompagnateur, toutes les taxes et les frais de service. Les prix indiqués excluent la contribution de 1 \$ par tranche de 1 000 \$ de services touristiques achetées représentant la contribution au FICAV ainsi que les frais de bagages aux aéroports. Détenteur du permis du Québec. Prix en vigueur au moment de l'impression.

# Lettre de l'éditeur

## Plusieurs nouveautés en 2018!

Vous avez entre les mains le 38<sup>e</sup> numéro de **PAX magazine**, le premier à paraître en 2018. Vous y remarquerez que la grille graphique a fortement changé. En effet, après plus de trois ans, nous avons pensé que quelques ajustements s'imposaient. Nous espérons ainsi qu'il vous plaira.

À ne pas manquer ce mois-ci, un reportage sur les gagnants du plus prestigieux concours organisé dans l'industrie du voyage au Canada par LogiMonde media : **Les Mentions d'honneur 2017**, et ceci sans commanditaires. Cette année, le concours fut, à nouveau, un franc succès avec une augmentation importante du nombre de nominés.

Nous avons aussi introduit, dès ce numéro, de nouvelles chroniques. Vous retrouverez donc chaque mois une rubrique « **MICE** » (aussi connue sous le nom « d'industrie des réunions »), un segment des plus importants. Avec les changements qui surviennent dans l'industrie du voyage à cause du Web, les agences doivent penser à une réorientation d'affaires majeure si elles veulent maintenir leurs revenus. **PAX** suit les tendances et ajoute une section pour aider les professionnels du voyage à organiser des groupes pour différents événements : mariage, motivation, etc. Vous pourrez donc retrouver votre nouvelle chronique tous les mois.

Cette année, vous retrouverez aussi plusieurs guides complets et qui seront très utiles pour votre travail. Ce mois-ci, on commence en force avec un **guide**

**complet sur les croisières océaniques 2018**. La liste de tous les navires par compagnie s'y retrouve. Voici donc votre guide des croisières le plus complet de 22 pages à conserver comme référence.

Je ne sais pas pour vous, mais je suis toujours impatiente de découvrir l'histoire de la personne qui fait notre couverture du mois. Et ce mois-ci, je dois dire que j'ai été particulièrement émue à la lecture de l'histoire de Marc Ancuta, président de Célébritours. Quel parcours hors du commun et quelle persévérance face aux épreuves de la vie! Je ne vous en dis pas plus, mais je suis sûre que vous serez touché comme je l'ai été.

Je vous laisse à la lecture de votre **PAX magazine** et n'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires. Cela nous permet de nous améliorer!

J'ai bien hâte de vous retrouver en mars,

*Maguette Chisson*  
Présidente



# SOMMAIRE

Février 2018, No 38

## AFFAIRES

- 3 Éditorial**  
Par Uguette Chiasson
- 8 Rencontre d'affaires**  
Marc Ancuta, président de Célébritours
- 17 Dossier du mois**  
Les gagnants des Mentions d'honneur 2017
- 21 Chiffres du mois**  
Tour d'horizon
- 50 MICE**  
Le 101 de l'événementiel
- 54 Sens des affaires**  
Dana Gain de Norwegian Cruise Line sur la manière de mener son équipe à bon port



50



54



25



### EN COUVERTURE

Marc Ancuta, président de Célébritours

Texte **André Désiront**

Photos **Benoît Schmutz**



56

## INNOVATION

- 64 À l'ère du numérique**  
Les milléniaux et votre mix marketing

## VOYAGES

- 14 PAX à destination**  
La côte caraïbe colombienne
- 22 Hôtel visité**  
Un nouveau visage pour le Club Med Cancún Yucatán
- 25 L'industrie des croisières**  
Le grand guide des croisières 2018
- 52 Vogue**  
5 meilleures sources chaudes au monde
- 56 Destinations à découvrir**  
Auckland, République dominicaine, Cancún, Cozumel, Riviera Maya et Trinidad

## EXTRA

- 66 De belles trouvailles**  
Les coups de cœur de la rédaction



*Puerto Vallarta · Riviera Nayarit*

**México**

A WORLD OF ITS OWN



**Puerto Vallarta et Riviera Nayarit, deux des destinations les plus prisées au Mexique, sont aussi charmantes qu'intrigantes. Ses villages pittoresques vous feront voyager dans le temps jusqu'à l'époque coloniale.**

**Votre expert voyageur vous propose de nombreuses options de vacances :**

En effet, Transat vous offre cinq collections adaptées aux vacances de tous types et budgets. Choisissez celle qui comblera tous vos désirs et profitez d'avantages exclusifs !

- > Collection **Grand Luxe** > Collection **Distinction** > Collection **Famille**
- > Collection **Solo** > Collection **Futée**

**Envolez-vous avec Air Transat au départ de neuf villes**



**Percez les mystères du Mexique**



LE SEUL MAGAZINE D'AFFAIRES POUR LES PROFESSIONNELS DU VOYAGE  
 Février 2017, No 38

**Éditrice**

Uguette Chiasson

**Vice-présidente média**

Karine Lefebvre

**Vice-présidente associée**

Nancy Benetton-Sampath

**Journalistes**

André Désirant, Christine Hogg, Fergal McAlinden, Benoît Schmutz,  
 Marie-Eve Vallières, Blake Wolfe

**Collaborateurs**

Ariane Arpin-Delorme, Aurore Bonvalot, Frédéric Gonzalo

**Révisseur**

Anne-Marie Santos

**Photographe**

Benoît Schmutz

**Conception graphique**

Alexandre Foisy

**Développeur Web**

Juan Carlos Lora

**Coordonnatrice à la circulation**

Nathalie Manouvrier

**Comptabilité et administration**

Kathleen Chartray

**ANNONCES PUBLICITAIRES**

**Nancy Benetton-Sampath**, 416 581-1001, poste 304, nancy@logimonde.com

**Karine Lefebvre**, 450 689-5060, poste 226, karine@logimonde.com

**ABONNEMENTS**

**Nathalie Manouvrier**, 450-689-5060 poste 221,

paxmagazine@logimonde.com

Canada 10 numéros (un an) : 49,50 \$ (plus taxes)

Canada 20 numéros (deux ans) : 79,00 \$ (plus taxes)

États-Unis 10 numéros (un an) : 110,00 \$ (plus taxes)

International 10 numéros (un an) : 195,00 \$ (plus taxes)

**BUREAUX**

**Montréal**

782 rue Principale  
 Laval, QC, H7X 1E6  
 450 689-5060

**Toronto**

2 Carlton Street, Suite 602  
 Toronto, ON, M5B 1J3  
 416 581-1001

**Imprimeur** : Impart Litho imprimeur

**Distribution** : Postes Canada, convention n° PP42658017

**Dépôt légal** : Bibliothèque Nationale du Québec et Bibliothèque Nationale du Canada

**Numéro du dépôt légal** : ISSN 2368-8807



PAX magazine est publié par

**LogiMonde** media

**Fondatrice**, Uguette Chiasson

Site Internet de l'entreprise : logimondemedia.com

Nouvelles de l'industrie du voyage : PAXnouvelles.com, PAXnews.com, PAXnewsWest.com

450 689-5060, poste 221

Tous droits réservés : LogiMonde media

Toute reproduction des textes, photos ou illustrations est interdite sans l'autorisation de l'éditrice en chef Uguette Chiasson (uguette@logimonde.com).

PAX magazine ne peut être tenu responsable des erreurs et omissions.



**ABONNEZ-VOUS!**

OU ABONNEZ UN AMI



**AFFAIRES  
 INNOVATION  
 VOYAGES**

**Pour vous abonner,  
 rendez-vous sur notre site :  
 logimondemedia.com/abonnement**



# entrez dans votre zone de confort



**ÉPARGNEZ JUSQU'À 55%**  
+ les enfants séjournent gratuitement

CONTACTEZ VOTRE TOUR-OPÉRATEUR  
800-627-5328 PANAMAJACKRESORTS.COM



- ☀️ PLAGES ENSOLEILLÉES
- 🏊 PISCINES PARFAITES
- 🏠 SUITES EN BORD DE MER
- 🍽️ RESTAURATION RAFFINÉE
- 🍹 BREUVAGES ILLIMITÉS
- 🌴 AVENTURES EN PLEN AIR

\* Des économies allant jusqu'à 55% des prix affichés. Les prix sont par personne, en occupation double, et peuvent varier selon les dates. Offre valide sur les nouvelles réservations effectuées avant le 28 février 2018 pour des voyages prévus entre le 8 avril et le 31 octobre 2018. Applicable seulement sur les voyages d'une durée minimum de trois nuitées; un enfant gratuit par adulte payant pour un maximum de deux enfants par chambre. Les enfants doivent être âgés de 12 ans ou moins. Certaines dates peuvent être exclues, dont la période entre le 22 juin et le 11 août 2018. L'offre peut être modifiée ou retirée à tout moment. Aucune responsabilité ne sera reconnue en cas d'erreur ou d'omission. D'autres restrictions peuvent s'appliquer. © 2018 Panama Jack © 2018 Playa Hotel & Resorts est le propriétaire et opérateur exclusif de Panama Jacks Resorts. Tous droits réservés. PLA00070118

# Marc Ancuta :

## Le succès d'un réfugié

Par **André Désiront** | Photos **Benoît Schmautz**

**B**ien avant de devenir président de Célébritours, Marc Ancuta dormait, avec son épouse dans leur résidence de la station balnéaire de Neptun, sur la mer Noire, lorsqu'il a entendu frapper à la porte, au milieu de la nuit. C'était en septembre 1978, alors que la Roumanie communiste vivait sous le joug du dictateur Nicolae Ceausescu. Le visiteur était un passeur, un de ceux qui faisaient franchir clandestinement les frontières aux individus aspirant à une meilleure vie dans « le monde libre ».

« J'avais fait sa connaissance par hasard et nous avons sympathisé », raconte Marc Ancuta. « Je lui avais mentionné que je songeais à m'établir à l'Ouest et il m'avait conseillé de me préparer. Il m'avait aussi annoncé qu'un jour, sans préavis, il se présenterait chez moi et que nous n'aurions pas plus de cinq minutes pour faire nos valises. »

Ce jour-là était arrivé. « Nous avons roulé jusqu'à la périphérie d'une petite ville

frontalière où il nous a débarqués dans une maison isolée. Il y avait déjà 11 autres personnes sur place. Comme nous, elles voulaient passer à l'Ouest ». Le lendemain, ils ont entamé une longue marche dans les montagnes constituant une frontière naturelle entre la Roumanie et la Serbie, qui faisait encore partie de la Yougoslavie.

Ils ont marché pendant trois jours, jusqu'à la rivière Nera, un affluent du Danube, qu'il leur a fallu franchir à la nage, pour entrer en Yougoslavie. « Plusieurs d'entre nous, dont mon épouse, ne savaient pas nager », explique Marc Ancuta. « Nous avons bricolé des flotteurs et entassé nos sacs dessus. Certaines de ces bouées de fortune se sont dégonflées. Heureusement, tout le monde est arrivé sain et sauf sur l'autre rive. »

Une fois en Yougoslavie, le couple Ancuta s'est dirigé vers l'Autriche, tantôt marchant, tantôt en faisant de l'autostop. Il a passé la frontière clandestinement, près de la ville de

Maribor, qui se trouve dans l'actuelle Slovénie. « Nous avons emprunté des chemins de montagne sur lesquels nous apercevions parfois, au loin, le poste des douanes », s'amuse aujourd'hui le président de Célébritours. « C'est comme si, fascinés par la perspective de vivre à l'Ouest, nous n'avions pas conscience du danger, même si l'on savait que bien des gens se faisaient tuer par les gardes-frontières. »

Arrivés en Autriche, les deux époux ont poursuivi leur chemin jusqu'en Allemagne.

### Un séjour tout inclus en prison

Ce n'était pas un hasard si ce pays exerçait sur eux une attraction irrésistible. En Roumanie, Marc Ancuta avait côtoyé des milliers de touristes allemands et appris leur langue. Quelques années plus tôt, il avait entrepris des études de théologie à Bucarest. « Mais je n'ai jamais eu l'intention d'entrer dans les ordres », assure-t-il. « Ce qui m'attirait, c'était plutôt la matière →





de certains cours dispensés au séminaire et notamment, l'histoire des religions. Pour moi, c'était une façon de mieux comprendre l'humanité. Mais après trois ans, j'ai abandonné et entamé des études en tourisme. »

Pendant sa scolarité, il mettait ses vacances à profit pour s'initier à son futur métier comme serveur dans des hôtels de la mer Noire. Diplôme en poche, il fut embauché par l'Office national de tourisme du littoral – une des deux agences réceptives de l'État. À l'époque, les plages de mer Noire étaient déjà très prisées par les Européens. « J'ai commencé à travailler à Constanta, qui était la principale station balnéaire roumaine », explique Marc Ancuta. « Nous recevions des Européens de toutes les nationalités, mais surtout des Allemands. Je leur organisais des excursions d'un ou deux jours à Istanbul ou à Athènes, dans le delta du Danube, ou à Varna, la grande station balnéaire bulgare... Quelque temps plus tard, j'ai été nommé directeur de la succursale de Neptun, une autre station balnéaire importante. Là, je travaillais avec des tours opérateurs comme TUI, Neckerman, Espatur, Rev-Vacances... Comme les Allemands étaient notre principale clientèle, j'avais appris la langue. L'Allemagne avait déjà la réputation d'être le pays le plus prospère d'Europe et j'avais décidé que c'était là que je voulais m'établir, une fois passé à l'Ouest. »

Hélas, le rêve ne correspondait pas à la réalité fantasmée. Après avoir traversé à pied la frontière séparant l'Autriche de l'Allemagne, Marc Ancuta et son épouse ont tenté de gagner Munich en autostop

et le premier véhicule qui s'est arrêté était une voiture de patrouille des douaniers.

« Nous nous sommes retrouvés en prison et nous y sommes restés un mois, sans parvenir à voir un avocat ou un juge, sans aucune explication à cette longue détention, sans accusations déposées. Nous avions fait valoir que nous demandions l'asile politique, en vain. Finalement, ils nous ont avisés que si nous comptions demander l'asile politique, nous devions le faire dans le premier pays de l'Ouest où nous étions arrivés, soit l'Autriche. »

### **Le pays de Cocagne**

Deux jours plus tard, le couple était déporté en Autriche où il s'est retrouvé dans un camp de réfugiés près de Vienne, avant d'être transféré dans le camp de Bad Kreuzen, dans la région de Linz. Il y est resté six mois, pendant lesquels Marc Ancuta a vainement cherché un emploi intéressant.

« J'ai présenté mon C.V. dans des dizaines d'entreprises, mais dès que mon interlocuteur réalisait que j'étais un réfugié de l'Est, il me le rendait en me disant ne pas vouloir d'étrangers. Décourageant! »

L'impétrant a dû se contenter d'un travail dans un abattoir. Désormais, il n'a plus eu qu'une idée en tête : quitter ce pays si peu accueillant. Dans le camp, ils étaient des centaines, comme lui, à vouloir quitter l'Autriche pour « un monde meilleur ». Les États-Unis, l'Australie et le Canada étaient perçus comme des pays de Cocagne et beaucoup de réfugiés du camp tentaient d'obtenir un visa d'immigration vers ces contrées

« Mais des trois, le Canada bénéficiait de la meilleure cote, se souvient-il. On en disait tant de bien que, lorsque j'ai réalisé qu'on parlait français dans une des provinces, j'ai décidé de tenter ma chance, car j'avais aussi appris le français, en Roumanie, en côtoyant les touristes français venus au bord de la mer Noire. »

Le processus de demande de visa s'est étalé sur plusieurs mois. Après quatre entrevues à l'ambassade de Vienne, le couple Ancuta décroche le précieux visa.

« Nous avons débarqué à Mirabel en avril 1979 et la première phrase que nous avons entendue, c'est « Bienvenue au Canada! », raconte-t-il. Cela, prononcé avec le sourire par l'hôtesse à la porte de débarquement. En Autriche, on n'a pas eu un seul mot aimable, en six mois. »

Un mois plus tard, Marc Ancuta trouvait un emploi dans l'entrepôt d'une usine de textile. Mais le travail n'était guère plus valorisant que celui dans son abattoir autrichien. Décidé à travailler dans son domaine de prédilection – le tourisme – il a entrepris la tournée des agences de voyages et des grossistes montréalais. « J'ai dû déposer une centaine de C.V. », soupire-t-il. Partout, on le recevait avec la fameuse formule creuse : « On va vous contacter ». Un jour, cependant, il reçoit un appel de Voyages Travelaide, alors une des plus grosses agences du Québec. « Ils m'ont embauché et, après une semaine de formation au siège social, rue St-Denis, ils m'ont affecté à la succursale

du 1010 Sainte-Catherine, où le gérant était Steve Nasra, qui a, par la suite exploité le grossiste Haïti Tours. »

Il y travaille comme conseiller, avant d'être muté à la succursale de Ville LaSalle, puis à celle de la place Dupuis. Au printemps de 1980, il quitte Travelaide pour devenir représentant des ventes d'une compagnie d'informatique. « Comme je m'étais un peu familiarisé avec le secteur du voyage et qu'aucune agence n'était encore informatisée, j'ai commencé à prospecter ce marché. Je ne connaissais rien aux ordinateurs, et ça n'a pas changé aujourd'hui, mais j'avais du bagout. Un jour, je me suis retrouvé devant le propriétaire d'Exotik Tours, Leslie Martin, à essayer de le convaincre qu'il avait absolument besoin d'ordinateurs pour être plus efficace. Il m'a écouté sans dire un mot et en suçotant sa pipe, pendant 45 minutes. Je voyais bien qu'il n'était pas intéressé, mais je m'obstinais. Finalement, il m'a interrompu d'un geste et il m'a dit : « Ta machine ne m'intéresse pas, mais toi, oui. Tu es un vendeur né! »

### **Une alternative aux plages du Sud**

Quelques jours plus tard, Marc Ancuta commençait à travailler pour Exotik Tours.

« Leslie Martin avait entendu parler des traitements gériatriques mis au point par la Dre Ana Aslan qui recevait une clientèle internationale dans des cliniques de la mer Noire, en Roumanie. Il m'a proposé de développer ce marché et je suis allé au consulat roumain, où on m'a fourni

une documentation sur le Gérovital et l'Aslavital, deux médicaments pour contrer les effets du vieillissement sur le système neuromoteur, donc pour soigner l'arthrose, le rhumatisme... J'ai monté des forfaits et j'ai fait le tour des maisons de retraite pour les vendre. Nous avons eu un succès fou avec ça! Le milieu du voyage a été très réceptif après que quelques cas de guérisons quasi miraculeuses aient bénéficié d'une large publicité. Ainsi, une cliente de Voyages Agathe Leclerc, à Drummondville, partie en chaise roulante, est revenue en marchant. Un autre consommateur qui souffrait de sclérose en plaque est venu assister à une présentation que je donnais à Québec. Il m'a demandé si les traitements pourraient le soulager. Je l'ignorais, mais je lui ai dit : « Qu'avez-vous à perdre? ». Lui aussi, il est revenu en marchant. Cela s'est su et, pendant quelques années, nous avons vendu entre 400 et 600 forfaits par an. »

Avant l'arrivée de Marc Ancuta, Exotik Tours se cantonnait exclusivement à des circuits en URSS. Encouragé par le succès des forfaits de traitements gériatriques, le président du voyageur, Leslie Martin, proposait à Marc Ancuta de développer des programmes en Grèce, en Égypte et en Espagne. Le succès a dépassé les espérances. « Après, j'ai eu l'idée de développer l'Asie. En 1983, j'ai emmené un groupe d'agents en Chine. Le pays commençait à peine à s'ouvrir au tourisme et les Chinois nous regardaient comme si nous étions des extraterrestres, provoquant des attroupements. » →

Le programme Chine ayant bien fonctionné, Marc Ancuta a eu l'idée de proposer les plages de Thaïlande, en alternative à celles des Caraïbes. « Quand on entrait dans une agence de voyages en automne ou en hiver, on ne voyait dans les présentoirs que des brochures portant sur le Sud. J'en ai parlé à Leslie Martin qui m'a demandé si j'avais bu, ce matin-là. Il m'a dit : « On trouve les plus belles plages du monde à 3h30 d'avion et toi, tu veux vendre des plages, pas nécessairement plus belles, à 24 heures de vol. » Il ne m'a pas traité ouvertement de cinglé, mais c'était implicite. »

Pourtant, Leslie Martin ne l'a pas empêché de mettre ce projet à exécution. Le voyageur a donc commencé à proposer des forfaits de deux semaines – une à Bangkok et la seconde à Pattaya – pour 1 199 \$, en collaboration avec Cathay Pacific. Les résultats ont été décevants.

« Nous n'avons pas fait une seule vente de l'hiver, pas un seul appel reçu », soupire Marc Ancuta. Ce qui ne l'a pas empêché de réessayer.

« Leslie m'a dit que si je voulais le refaire, ce serait avec mon argent, pas le sien. Après réflexion, j'ai décidé de foncer en modifiant le concept. Au lieu de réimprimer une brochure annonçant « Les plages de Thaïlande » sur la couverture, nous avons placé une jeune femme en bikini, de dos et portant un chapeau vietnamien sur une superbe plage. Pas de titre ni inscription, juste « Exotik Tours », en bas de page!

Dans les publicités, nous annonçons seulement : « Une alternative aux Caraïbes », sans mention à la destination, pour créer la curiosité. Et nous offrons au réseau de distribution un forfait gratuit à l'agence qui donnait à la brochure la meilleure visibilité. Notre représentant des ventes, Pierre Viau, faisait le tour des agences pour vérifier. »

Cet hiver-là, Exotik Tours a traité 800 passagers sur la Thaïlande. Juste en offrant le même produit avec un positionnement différent. En 2001, le voyageur enregistrait 2 600 inscriptions pour la même destination. Au fil des années, Marc Ancuta s'est employé à étoffer ce programme en y incorporant d'autres stations balnéaires du coin, comme Bali, Penang et Phuket. « À l'époque, Phuket émergeait à peine : le personnel n'était pas formé adéquatement et je m'attendais à des réclamations, mais nous n'avons enregistré aucune plainte. Les clients constataient effectivement la maladresse du personnel, mais ce dernier faisait preuve de tant de bonne volonté et de gentillesse que les voyageurs revenaient ravis. »

À la fin des années quatre-vingt, Marc Ancuta lançait une nouvelle destination invendue au Québec : la Tunisie. Au programme, un seul établissement : l'hôtel Keops, à Nabeul. Comme les prix étaient très alléchants, le succès a été immédiat et les saisons suivantes, il a incorporé d'autres stations balnéaires : Hammamet, Port El-Kantaoui, Sousse... « Nous vendions alors 80 000 nuitées par hiver en Tunisie, se souvient-il. En 2000, l'Office tunisien

du tourisme m'a décerné le Jasmin d'Or à titre de plus grand producteur pour les Amériques. »

## Un retour à la case départ

Mais l'année suivante, Marc Ancuta quittait son employeur depuis 21 ans. « Entretemps, j'étais devenu actionnaire, à hauteur de 25 %, et directeur général, mais le groupe d'Intair a racheté l'entreprise en 1998, je suis encore resté pendant plus de deux ans, mais les nouveaux propriétaires et moi avions des visions différentes, d'où cette séparation. »

Pendant six mois, il agit comme consultant pour Néo Tours et, à la fin de ce mandat, il fonde Magik Tours, en association avec Éli Daniels et Corrine Chuah. « Malheureusement, nous ne partageons pas non plus la même vision », constate Marc Ancuta. « Je me suis donc dissocié et pendant quelques années, j'ai fait de la consultation, notamment pour Austrian Airlines, jusqu'à ce qu'ils abandonnent la desserte de Montréal. Finalement, voyant que je n'étais pas aussi heureux que du temps d'Exotik, mon épouse, Cristinela, m'a poussé à ouvrir ma propre boîte. J'ai donc lancé Célébritours, en 2008, dans un petit local du boulevard Taschereau, à Brossard, avec deux employées. »

Le nom reflétait le concept de départ : le couple pensait que les célébrités auraient un pouvoir d'attraction pour vendre les groupes et à asséoir plus rapidement la réputation d'une entreprise en phase de démarrage. Les premiers voyages de groupe



étaient accompagnés par des figures du show-business ou de la radio, comme Danielle Ouimet, Michèle Richard, Corneliu, Marguerite Blais... » Mais le couple s'est vite aperçu qu'un nom connu avait un impact limité. La demande était aussi forte pour les départs sans personnalité connue. « Au bout de six mois, nous avons changé de concept, sans modifier

la raison sociale, parce que la marque commençait à s'imposer », explique Marc Ancuta.

Le succès est au rendez-vous. À tel point que Cristinela, qui était agent d'immeuble et dirigeait une petite équipe de courtiers, fermait son bureau pour se joindre à son mari, à titre d'associée et de vice-présidente. « Après neuf ans

d'existence, nous sommes devenus le principal grossiste canadien actif sur le bassin méditerranéen pendant la basse saison, avec plus de 100 000 nuitées et 600 départs de groupes », estime Marc Ancuta.

Depuis septembre 2013, l'entreprise occupe un immeuble de 8 000 pieds carrés que ses propriétaires ont fait construire sur le boulevard Taschereau, permettant de disposer de tout l'espace de travail nécessaire et de disposer d'une salle de présentation de 55 places et d'un stationnement adéquat.

Les produits vedettes sont l'Espagne, la Croatie et le Portugal. « Mais la Tunisie effectue un retour en force, indique Marc Ancuta. La liaison de Tunisair y contribue fortement. En novembre, nous avons entre 100 et 200 clients séjournant là-bas, ce qui nous amène à y affecter un représentant québécois pour toute la saison. L'Asie fonctionne également très bien. Après la Thaïlande et le Vietnam, nous avons lancé Bali, cet hiver. « 95 % des ventes sont effectuées par le réseau traditionnel des agences de voyages, partout au Québec indique le président de Célébritours. Seul bémol, les ventes ne sont pas à la hauteur du potentiel effectif dans la région de Québec. Pour remédier à cela, nous venons d'ouvrir un bureau là-bas, avec trois personnes. »

Près de 40 ans après avoir fui la Roumanie, l'ancien réfugié est devenu passeur à son tour. À cette différence près que c'est en toute légalité qu'il fait traverser les frontières à des milliers de « réfugiés climatiques », chaque année. ●

PAX À DESTINATION

---

# LA CÔTE CARAÏBE COLOMBIENNE

*Par Ariane Arpin-Delorme*







**L**a magnifique Colombie n'est plus ce qu'elle était depuis les dernières années : au contraire de ce que plusieurs pourraient penser, celle-ci est assurément plus sécuritaire! Il serait donc un peu dommage de se limiter qu'à un séjour balnéaire sur les îles touristiques de San Andres et de Providenciales et ainsi manquer l'opportunité de découvrir ce que le pays a vraiment à offrir.

## CARTHAGÈNE



Considérée comme la « Perle des Caraïbes », Carthagène des Indes fut vraiment l'une de mes destinations coups de cœur en 2016. Restée intacte par les derniers conflits, la cité a longtemps inspiré les voyageurs et écrivains, en particulier le romancier Gabriel García Márquez, qui y a écrit son fameux bouquin : *Love in the Time of Cholera*. Baladez-vous dans la vieille ville fortifiée, joyau colonial de la côte caraïbe, avec ses demeures coloniales des plus colorées, ses balcons couverts de bougainvilliers et ses cafés et restaurants en plein air, où l'on entend les rythmes de la cumbia et de la salsa. Vivante, Carthagène a sans aucun doute tissé des liens serrés avec Cuba.

L'art de la rue est aussi particulièrement mis en valeur dans les quartiers de la vieille ville. Quoi de plus original que de

découvrir de petits bijoux d'architecture en sillonnant les rues et en appréciant les murailles des plus impressionnantes?

De plus, la cité offre maintenant aux gourmets tous les types de restaurants : menus gastronomiques à plusieurs services, cafés et bars branchés, restaurants végétaliens ou italiens, pâtisseries à faire saliver et, bien sûr, restaurants traditionnels familiaux.

À noter qu'à partir de la troisième semaine du mois de décembre jusqu'au mois de mars, Air Transat offre des vols nolisés (*charter*) directs au départ de Montréal vers Carthagène chaque vendredi, rendant cette destination encore plus accessible. Transat offrira aussi des forfaits en formule tout compris. Même scénario pour Air Canada, mais qui propose cependant une escale à Toronto et des vols les lundis. Des vols avec des compagnies aériennes régulières, telles American Airlines, Aeromexico, Avianca, Copa Airlines, Lan Chile, Delta Airlines, United Airlines et Jetblue Airways – mais avec escale – sont aussi disponibles à l'année.

## ILE DE MUCURA



Partez en excursion d'une journée sur la péninsule de Baru afin de dénicher une plage paradisiaque. Pour un séjour de quelques nuits, l'île de Mucura est →

splendide! Amateurs de plongée sous-marine, vous serez choyés par des eaux cristallines et une faune aquatique colorée et diversifiée. Le charmant complexe hôtelier Punta Faro (<http://puntafaro.com>) a, entre autres, mis sur pied une initiative des plus intéressantes : un poulet en échange d'une tortue avec la communauté de pêcheurs au Parc national naturel de Los Corales del Rosario y de San Bernardo. Ce qui a résulté en la création d'un sanctuaire protégé de tortues dans les alentours de l'île. Vous y croiserez aussi une foule d'espèces de lézards se faisant dorer au soleil ou encore cachés au travers d'une importante variété de fleurs tropicales multicolores.

## SANTA MARTA - PARC NATIONAL DE TAYRONA

Accessible par les airs ou par la route au départ de Carthagène, le village portuaire de Santa Marta en est un des plus sympathiques. Les infrastructures y sont tout de même assez simples, comme l'endroit semble attirer davantage une clientèle de voyageurs à sac à dos. Poursuivant la route, vous rejoindrez le Parc national de Tayrona, alliant randonnée dans la jungle dense, plages de rêve et culture autochtone. Des balades à pied ou à cheval d'une journée vous sont proposées afin de terminer en beauté par le farniente à la plage... à moins de souhaiter y camper dans un endroit dédié à cette fin afin d'en profiter pendant quelques jours. Vous pourriez aussi vous aventurer à la découverte de la fameuse Cité perdue, au coeur de la Sierra Nevada de Santa Marta, pour accomplir un certain défi physique.



Je vous conseille davantage de loger dans une habitation dite « Maloka » ou à l'hôtel près de l'immense plage déserte de Los Angeles, à l'extérieur du Parc national de Tayrona. Le mot « Maloka » est en fait utilisé par certaines peuples autochtones en Colombie, ce dernier signifiant une maison composée d'un toit de chaume et de feuilles de palmier jouissant d'un grand espace habitable, convivial et frais pour le climat tropical de la Côte caraïbe. J'ai eu la chance de séjourner dans la maison originale (Cabana Barlovento) de la Finca Barlovento (<http://fincabarlovento.com/>), construite par la célèbre artiste Gloria Mejía et l'architecte Simón Velez. Si le bruit fort des vagues se haletant sur les rochers n'est pas tout à fait votre tasse de thé, la *guest house* Maloka

offrant des chambres standards et des suites, située juste à côté et des plus confortables, sera davantage appropriée. La Finca Barlovento, logée à l'embouchure de la mer et de la rivière du Parc national de Tayrona, représente un vrai petit paradis terrestre et est complètement en symbiose avec la nature. Et que dire des couchers de soleil? En plus de vous permettre de vous reposer, profiter de la plage et randonner au parc, l'endroit est aussi idéal pour observer la faune : on peut y apercevoir une grande variété d'oiseaux, iguanes, singes, et si la chance vous sourit, vous pourriez y voir des crocodiles! ●

\*À noter que cet article n'a pas été commandité par les hébergements mentionnés.

# PLACE AUX FAVORIS DE L'INDUSTRIE



2017 *Mentions*  
**d'honneur**  
— PAXnouvelles.com —

Par **Marie-Eve Vallières**

Une fois de plus, l'industrie du voyage du Québec s'est mobilisée massivement pour désigner les lauréats de nos Mentions d'honneur 2017.

Chaque année, nous demandons aux professionnels du voyage de la province de choisir les intervenants s'étant les plus illustrés durant l'année écoulée selon des catégories distinctes : Personnalité de l'année, Agent de voyages de l'année, Agent de réservations de l'année, Représentant de l'année et Recrue de l'année.

De plus, en 2017, nous avons même ajouté une nouvelle catégorie bien de son temps, soit celle du Gourou des médias sociaux de l'année.

Après avoir reçu un grand nombre de participants honorifiques – 190 candidatures ont été soumises au vote – pour cette édition 2017 des Mentions d'honneur de PAXnouvelles.com, le verdict est tombé à l'issue de plus de 5 000 votes, un record! →



## PERSONNALITÉ DE L'ANNÉE ANNICK GUÉRARD

Transat

une personne d'exception, humaine et une gestionnaire hors pair! »

En entrevue, la principale intéressée précise que c'est d'abord et avant tout un travail d'équipe : « C'est réellement un honneur d'être reconnue par ses pairs. C'est une année charnière pour moi alors que j'assume la direction de l'ensemble des activités de voyage loisir de Transat depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2017. Je partage cette reconnaissance avec toute l'équipe ».

Qu'aurait-elle à conseiller aux autres intervenants de l'industrie qui souhaitent se démarquer du lot en 2018?

« De rester eux-mêmes, travailler fort, avec rigueur, se réinventer, être exigeants... et motivants, cultiver une culture de communication et de respect, se rapprocher

de leurs clients et rassembler leur équipe autour d'objectifs communs. La réussite ne vient pas seule », élabore-t-elle.

Soulignons qu'il s'agit d'un doublé pour Transat, puisque sa souriante et ubiquiste collègue Louise Fecteau avait, elle aussi, remporté le titre de Personnalité de l'année en 2016.

Est-ce là un témoignage de l'appréciation qu'ont les agents pour le voyageur?

« Transat, c'est une grande famille. Nous avons à cœur l'intérêt et la satisfaction de nos clients et de nos agences partenaires depuis 30 ans. Nous avons grandi avec nos partenaires. Cela fait partie de l'ADN de tous les employés et, bien sûr, de celui de Louise et du mien », conclut Annick Guérard.

La numéro deux de Transat a reçu son lot d'attention médiatique au cours de cette année marquante pour sa carrière et, bien sûr, la communauté des agents de voyages ne fait pas exception.

Ceux-ci l'ont qualifiée de femme inspirante, allant même jusqu'à dire qu'elle est « vraiment



## REPRÉSENTANT DE L'ANNÉE ÉRIC ST-PIERRE

Royal Caribbean International

Nous sommes vraiment privilégiés! En travaillant en *remote*, ces gens-là deviennent nos collègues et notre famille professionnelle, en quelque sorte », explique-t-il. « Chapeau à tous les nominés! »

« Toujours à la hauteur. Respectueux et disponible », « Que dire d'Éric, notre Éric of the Seas, il n'y aura jamais de meilleur représentant. Toujours dispo, toujours poli, toujours à l'écoute, toujours toutel! », « Éric est toujours disponible pour aider. Il est généreux, gentil. Il connaît très bien son produit »... Vraiment, les éloges fusent et sont pour le moins évocatrices dans le cas d'Éric St-Pierre.

Ému par l'appréciation de ses pairs, il note, au passage, s'estimer excessivement chanceux d'exercer un métier et d'avoir un poste tel que celui-là au sein de Royal Caribbean

International avec une passion qui l'anime sur une base quotidienne.

C'est particulièrement étonnant que cet honneur me soit attribué cette année, sachant que RCL n'avait pas de nouveauté fracassante à annoncer, nous n'avons pas de nouveau navire, et ce n'est pas sur cette vague que j'ai surfé. Mais j'ai noté un regain d'intérêt pour les produits Royal Caribbean cette année, notamment lors du congrès annuel à Las Vegas où il a été annoncé que le Québec était le deuxième marché ayant enregistré la plus importante croissance en Amérique du Nord.»

Notons, pour terminer, qu'il s'agit d'un doublé pour Éric St-Pierre, sachant que l'affable représentant a aussi remporté le prix de Représentant de l'année aux derniers prix Uni-Vers.

D'entrée de jeu, le gagnant communément appelé « Éric of the Seas » par l'industrie s'affirme surpris d'avoir remporté les honneurs en se comparant à sa compétition : « Nous sommes très chanceux au Québec d'avoir autant de représentants de qualité, tant chez les voyageurs que les hôteliers.



## AGENT DE VOYAGES DE L'ANNÉE **NICHOLAS MONFETTE** Voyages Aqua Terra Sherbrooke

disponible et fort de son expérience, Nicholas est de loin le meilleur agent de voyages que je connaisse ».

Avec plus de 80 agents externes à son actif, Voyages Aqua Terra Sherbrooke est devenue au fil du temps l'une des agences les plus significatives de la région.

Nicholas Monfette cite surtout l'amour du métier pour expliquer sa longévité dans l'industrie : « C'est ma première nomination et mon premier prix en 25 ans de carrière. Une belle reconnaissance de la part des grossistes, des tours opérateurs et des conseillers! C'est aussi très important pour moi d'être présent auprès des agents, sept jours sur sept. Je remercie tous les professionnels du voyage qui ont pris le temps de voter pour moi! »

Après des études en tourisme au Cégep de Sherbrooke ainsi qu'en géographie à l'Université de Sherbrooke, il a œuvré

16 ans en agence. L'idée de démarrer cette agence est née lors d'un voyage en Grèce, lors duquel il a pu s'entretenir longuement avec Richard Kelly, fondateur de la bannière Aqua Terra. La suite de l'histoire en est une de succès, de motivation et de persévérance.

À ce sujet, Nicholas Monfette aura certainement observé plusieurs changements s'effectuer chez la clientèle, qui est plus exigeante que jamais.

« L'accès à l'information est plus facile grâce au Web et au médias sociaux. Les clients sont plus éduqués par rapport aux voyages, s'ils ne réservent pas en ligne, c'est qu'ils recherchent le contact humain et l'expertise des agents. Pour nous distinguer, il faut être en amont de leurs questions. Nous pouvons leur fournir des conseils et des informations complexes auxquelles ils n'auraient pas accès autrement

**E**uvrant auprès de la communauté de voyageurs sherbrookoise, l'agent étoile a reçu plusieurs distingués compliments soulignant, notamment, sa patience et ses vastes connaissances : « Bon agent de très grande expérience et soucieux de la clientèle », « Non seulement un excellent conseiller, il sait également partager son savoir avec ses collègues », « Toujours



## AGENT DE RÉSERVATIONS DE L'ANNÉE **MÉLYSSA PLOURDE** Vacances Air Canada

rapide et efficace. Toujours un plaisir de travailler avec elle », « C'est la meilleure, une femme passionnée pour ses clients et heureuse au travail. Tout le monde veut une Mélyssa comme employée », « Une personne extrêmement dévouée ».

Questionnée sur la signification de cette mention d'honneur, la récipiendaire indiquait qu'elle « fait souvent des suivis avec ses clients après le voyage afin de vérifier que tout s'est bien déroulé et qu'ils sont satisfaits des prestations reçues. Ça veut donc dire que je fais bien mon travail! »

Elle est à l'emploi de Vacances Air Canada depuis deux ans après avoir elle-même été

agente de voyages pendant quatre ans. Elle se spécialise désormais dans les groupes étudiants, efforts pour lesquels elle a déjà remporté deux prix d'excellence au sein de Vacances Air Canada.

« J'adore mon métier, et ce prix est la tape dans le dos qui fait du bien après une saison automnale exigeante et le début d'une haute saison en force! » →

**L**es compliments ne tarissent pas lorsque vient le temps de parler des efforts fournis par Mélyssa Plourde pour s'assurer du bonheur de ses clients : « Mélyssa est ultra



## RECRIE DE L'ANNÉE

# SARKA SOUCKOVA

### Club Voyages Dumoulin

à l'étranger... alors qu'il faisait du pouce en France!

« Très satisfait des recherches, des idées, de l'aide et de son dynamisme », « Sarka est une vraie passionnée qui a à cœur la satisfaction de ses clients », les éloges parlent d'elles-mêmes à l'égard de cette agente hautement appréciée par les clients du Club Voyages Dumoulin.

Dire que le voyage fait partie intégrante de sa vie serait donc un euphémisme notoire, sachant qu'elle en a éventuellement fait son métier.

« C'est un travail tellement valorisant, je ne le changerais pas. À 36 ans, c'était

un gros changement de carrière et j'apprends encore tous les jours avec persévérance et grâce au travail d'équipe. C'est vraiment ma carrière à long terme! »

**D**ans l'industrie depuis seulement un an et des poussières, Sarka Souckova est une vraie passionnée du voyage. Originnaire de République tchèque, elle a même rencontré son mari québécois



## GOUROU DES MÉDIAS SOCIAUX DE L'ANNÉE

# ALEXANDRE BERGERON

### Norwegian Cruise Line

réalité inhérente au voyage et c'est une belle façon de rejoindre nos partenaires, de continuer d'être présents pour eux », explique-t-il. « Ce groupe me permet de rester en contact avec les agents que je n'ai pas la chance de rencontrer, parce que j'ai un énorme territoire à couvrir ».

Il précise également que le groupe vise aussi à décomplexifier les croisières, plus spécifiquement les produits Norwegian, et à les rendre plus accessibles aux agents, et il les encourage à utiliser le groupe pour poser des questions et exprimer leurs besoins. « Certains agents échangent des trucs entre eux, il y en a même qui répondent pour moi! Il y a beaucoup d'entraide ».

Pour lui, pas de doute, il y a bel et bien une corrélation indéniable entre la compagnie pour laquelle il besogne et sa performance sur le terrain auprès des agents.

« Norwegian a une très belle culture d'entreprise qui permet de s'épanouir tant dans sa vie personnelle que professionnelle. Nous sommes une compagnie de gens heureux et je crois que cet état d'esprit positif fait partie intégrante de mon succès », nous a confié celui qui doit se scinder sur plusieurs milliers de kilomètres pour effectuer son travail.

Rappelons que Norwegian Cruise Line a été nommée Compagnie de croisière de l'année, choisie par le public lors du plus récent gala Uni-Vers. ●

**I**nstigateur d'un groupe Facebook ayant rallié plus de 2 000 membres en seulement neuf mois d'existence, Alexandre Bergeron affirme pourtant que cette mention d'honneur ne pourrait être plus paradoxale puisqu'il avoue, du même souffle... détester Facebook!

« C'est un gros contraste avec moi, je suis donc assez surpris! Mais c'est devenu une

# LES CHIFFRES DU MOIS

Par Benoît Schmautz

## 16 KM

C'est la longueur de la piste noire de ski balisée la plus longue au monde. Il s'agit de La Sarenne de la station de l'Alpe d'Huez, qui attire chaque année de nombreux skieurs. Créée en 1974, elle fut dans un premier temps un itinéraire de glisse hors-piste. Débutant à 3 300 mètres d'altitude, elle se termine à 1 510 mètres! Pour les plus téméraires, il est possible de la dévaler à la tombée de la nuit en empruntant la dernière gondole, celle du Pic Blanc.



**5 375 m**  
C'était l'altitude de la plus haute station de ski au monde, Chacaltaya en Bolivie. Malheureusement, avec le réchauffement climatique, la neige a disparu depuis 2009. La station avait été construite directement sur les montagnes sacrées incas et promettait des conditions de ski particulièrement dantesques. En Europe, le titre de la plus haute station revient à Val-Thorens, juchée à 2 300 mètres au-dessus du niveau de la mer, tandis qu'en Amérique du Nord, c'est Monarch, 3 288 mètres, située dans les Rocheuses, qui prend la première place dans le Colorado.



**-2°C**  
C'est la température constante maintenue au sein de Ski Dubaï, le complexe de ski intérieur de l'émirat, et ce, malgré les 50 degrés Celsius qu'il peut faire dehors par moment. D'une superficie de 22 500 m<sup>2</sup>, l'endroit permet de faire du ski, de la planche à neige, de la luge, de participer à de nombreux événements hivernaux et même de rencontrer et de jouer avec les nouveaux résidents de Ski Dubaï : de véritables pingouins.

# UN NOUVEAU VISAGE POUR LE CLUB MED CANCÚN YUCATÁN

Texte et photos par Benoît Schmautz

**P**lus de 40 ans, et toujours aussi pimpant! Le Club Med Cancún Yucatán est la preuve par l'exemple qu'en investissant régulièrement dans un établissement déjà existant, on peut rester à la page durant de nombreuses années. Voici les nouveautés à découvrir sur place.

### Un espace 5 Tridents entièrement rénové

Si le Club Med Cancún Yucatán est un Village 4 Tridents, le complexe de 436 chambres possède également un espace privatif 5 Tridents, le plus haut niveau de service de Club Med.

Cette section, appelée « Jade », comprend 50 chambres ayant subi un rafraîchissement du plus bel effet. Le mauve et le fuchsia ornent la literie

répondent aux couleurs tirant sur le bleu et le vert apposées sur les murs, rappelant parfaitement les teintes de la mer qui entoure l'endroit.

Très bien équipées, les chambres de l'espace Jade proposent une télévision à écran plat de grande dimension, un minibar rempli quotidiennement, une machine à espresso et un balcon privé. Un service de conciergerie est également disponible en tout temps et le service à la chambre pour le déjeuner est également compris.

Petite oasis au sein du Village, Jade met de l'avant également des espaces extérieurs réservés à sa clientèle exclusive. Les voyageurs optant pour Jade pourront ainsi se rafraîchir dans la piscine des plus attirantes ou



se prélasser sur son pourtour serti de cabanas invitantes.

Le beau tableau est complété par un bar lounge tout aussi privatif dont les couleurs vives et chatoyantes attireront tous ceux qui voudront passer un bon moment.

### Les arts de la table tout aussi choyés

Les grandes nouveautés du Club Med Cancún Yucatán au niveau culinaire se trouvent du côté des deux restaurants de spécialités.



Le Taco Arte Beach Lounge, tout d'abord, apporte un nouveau concept au Village en proposant de déguster à la carte, le soir, des spécialités du Mexique très variées. Les plats étant d'un format parfait pour être partagés, on se retrouve vite à commander trois ou quatre options différentes pour en découvrir le plus possible. Le midi, le Taco Arte Beach Lounge prend des allures de buffets répartis sur différentes stations rappelant un marché local.

parfaite pour y déguster différentes grillades proposées à la carte.

Si le vin est inclus d'office dans la formule tout inclus de Club Med, on peut aussi déguster de plus grands crus à La Bodega, le nouveau cellier du Village. En supplément, à partir de 10 \$ le verre ou de 30 \$ la bouteille, on pourra se retrouver autour d'un bon verre ou même participer à des ateliers de dégustation de téquila.

C'est le cas pour la piscine qui a vu son revêtement remis à neuf, tout comme son deck.

La place à vivre, Las Velas, a été entièrement repensée. La terrasse revue de fond en comble dégage un air assurément au goût du jour, que ce soit dans la configuration lounge ou théâtre extérieur, où l'on peut assister à certaines représentations nocturnes durant le séjour.



Collé à l'océan, l'endroit est également idéal le matin pour un déjeuner à fleur d'eau et sous les premiers rayons du soleil. Un bar totalement revampé confère au Taco Arte Beach Lounge une ambiance décontractée très agréable toute la journée.

L'Estancia, le steak house argentin, situé juste à côté de la réception principale du Club Med Cancún Yucatán, peut compter désormais sur une terrasse

L'agencement de La Bodega, son mobilier, son éclairage subtil et sa situation en bordure de lagune, sont propices à la relaxation autour d'une coupe.

### **Le centre du Village également bonifié**

Décidément, toutes les zones du Club Med Cancún Yucatán semblent avoir fait l'objet de toutes les attentions.

Ainsi, la zone centrale du complexe s'est également refait une beauté.

Au terme de cette phase de rénovation de 12,4 millions d'euros, qui culminera en juillet prochain avec l'arrivée de 60 nouvelles chambres familiales Aguamarina, d'une troisième piscine et d'un autre bar, le Club Med Cancún Yucatán affichera alors son nouveau visage complet.

Le Village aura 42 ans... mais pas une ride! ●

# SYMPHONY OF THE SEAS

OFFRE  
EXCLUSIVE

Réservez un forfait croisière en Europe et obtenez

**200\$** D'ÉCONOMIES INSTANTANÉES!

Profitez des avantages et garanties de nos options VolCroisière, qui vous offrent la **TRANQUILLITÉ D'ESPRIT**

Réservez d'ici le **30 avril**

## CROISIÈRE DE 7 NUITS EN MÉDITERRANÉE OCCIDENTALE

### Royal Caribbean International

Itinéraire

Barcelone • Palma de Majorque • Provence • Florence  
Rome • Naples • En Mer • Barcelone

Vols de Montréal vers Barcelone:

Jeudi / Vendredi

31 mars au 21 octobre 2018

Samedi

8 avril au 21 octobre 2018

Mercredi / Dimanche

3 mai au 21 octobre 2018

Lundi

18 juin au 2 octobre 2018

Mardi

26 juin au 25 septembre 2018

De plus, plusieurs hôtels sont disponibles à Barcelone pour vos séjours avant ou après votre croisière!



**PLUS  
D'AVANTAGES**



Forfaits  
**PRÉÉTABLIS** et  
**SUR MESURE**



Payez le  
**MEILLEUR PRIX**  
sur le marché



**REJOIGNEZ** votre  
**CROISIÈRE** malgré  
les imprévus



**ÉCHANGEZ** vos **POINTS**  
contre de l'argent, des voyages  
et des milles Aéroplan<sup>®</sup>



**VACANCES  
AIR CANADA**

Composez le 1 877 752-7710 • [vacancesaircanada.com/agents](http://vacancesaircanada.com/agents)

Nouvelles réservations seulement. S'applique aux forfaits vols et croisière en Europe seulement. Séjour de 7 nuits au minimum requis. Les vols et la croisière doivent être réservés au même moment. Les économies de 200 \$ sont basées sur 100 \$ de rabais par personne partageant une cabine double. S'applique seulement aux cabines avec balcon ou de catégories supérieures. Les vols et la croisière doivent être au départ et au retour d'un port/d'une ville desservis par Air Canada ou Air Canada Rouge. L'offre ne s'applique pas aux réservations de groupe. Vols exploités par Air Canada ou Air Canada Rouge. Pour connaître les conditions générales, visitez [vacancesaircanada.com/agents](http://vacancesaircanada.com/agents). Titulaire d'un permis du Québec n° 702566. ■ <sup>®</sup>Aéroplan est une marque déposée d'Air Canada Inc. ■ <sup>®</sup>Vacances Air Canada est une marque déposée d'Air Canada, utilisée sous licence par la société en commandite Touram, 1440, rue Sainte-Catherine Ouest, bureau 600, Montréal (QC), H3G 1R8.

L'INDUSTRIE DES CROISIÈRES

# LE GRAND GUIDE

## DES CROISIÈRES 2018

**Partie 1 :** l'industrie des croisières en 2017 et ce qui s'annonce pour 2018; entrevues avec les dirigeants de compagnies de croisières.

**Partie 2 :** les 12 plus gros navires du monde, les nouveaux navires en 2018-19 et les plus grandes lignes de croisières au monde.

**Partie 3 :** la liste complète des compagnies de croisières avec les noms des navires et les informations utiles.

Par Kathleen Chartray, Uguette Chiasson, André Désiront, Christine Hogg, Fergal McAlinden, Benoît Schmautz et Marie-Eve Vallières



# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## PARTIE 1 : L'INDUSTRIE DES CROISIÈRES EN 2017 ET CE À QUOI S'ATTENDRE EN 2018

### AMAWATERWAYS

**Kristin Karst,**

Vice-présidente exécutive  
et copropriétaire



#### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une année « AMA-zing »! 2016 avait déjà été une année record et 2017 a été encore meilleure. Nous devrions terminer l'année avec une croissance à deux chiffres en comparaison avec l'année dernière. Les agents ont effectué des réservations constantes mois après mois en 2017 avec une légère augmentation des réservations de dernière minute. D'un point de vue opérationnel, Mère Nature a été clémente avec nous sur les fleuves européens.

#### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Les programmes de bien-être et culinaires seront les sujets les plus importants et nous avons particulièrement vu une augmentation des réservations anticipées pour nos croisières de vin en 2018. Un autre point positif est que les croisières fluviales françaises attirent beaucoup de groupes multigénérationnels qui préfèrent réserver longtemps à l'avance.

Nos équipes opérationnelles sont en train d'ajouter plus d'options de randonnée et de vélo à nos excursions incluses et nous déploierons notre nouveau programme de bien-être sur six navires en 2018. La croissance de notre flotte se poursuivra avec un nouveau navire, le AmaLea, sur le Danube en 2018 et trois navires supplémentaires en 2019.

#### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

AmaWaterways est une entreprise familiale. Notre approche pratique facilite la prise de décision rapide et assure que tous nos employés dans les bureaux et à bord apportent un certain éclat aux services fournis aux agents de voyages et à nos clients. Nos équipes sont passionnées par l'innovation et la satisfaction des clients, je dois donc dire qu'en 2018, j'attends avec impatience encore « plus » : plus d'innovation, plus de passion, plus de plaisir, plus d'engagement avec nos partenaires du voyage et plus de commentaires de nos clients à bord.

### AVALON WATERWAYS

**Stéphanie Bishop,**

Directrice générale, Globus  
family of brands



#### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Chez Avalon, nous peaufinons constamment le produit en fonction des commentaires des clients. En 2017, nous avons lancé nos croisières Active Discovery sur le Danube, qui offrent la possibilité, durant chaque escale, de participer à une activité comme une course guidée, une rencontre d'un vigneron et une visite historique classique, le tout-inclus dans le prix de la croisière. Cela a été très bien reçu! De plus, nos croisières thématiques, dont les plages du débarquement de Normandie, se sont bien vendues. Enfin, Jann Arden, marraine d'Avalon, accompagnait une croisière : un franc succès!

#### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

2018 s'annonce comme une autre année solide. La fenêtre de réservation pour les croisières fluviales

reste si étendue – entre neuf à douze mois – qu'il est facile pour nous de pressentir toute l'année. Nous allons également lancer un nouveau navire sur le Mékong, l'Avalon Saigon. Une autre tendance que nous observons est un intérêt très marqué pour les nolisements : avec des capacités de 128 ou 166 passagers en Europe (seulement 36 en Asie du Sud-Est), les navires Avalon sont idéaux pour les voyages de groupe et incitatifs.

#### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous enregistrons de fortes réservations pour notre 2<sup>e</sup> série de croisières Active Discovery, cette fois-ci sur le Rhin. Nous allons promouvoir nos trois nouveaux itinéraires en Asie du Sud-Est sur les rivières du Mékong et de l'Irrawaddy et relancer, après quelques années d'absence, des croisières 5 étoiles en Égypte. Dans l'ensemble, on se dirige vers une bonne année!

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## CARNIVAL CRUISE LINE

**Adolfo Pérez,**

Vice-président, ventes et trade marketing



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Nous avons écouté attentivement nos clients et les agents de voyages. De notre chef de direction, Christine Duffy, à moi-même en passant par nos représentants à travers l'Amérique du Nord, 2016 et une partie de 2017 ont été consacrées aux discussions avec nos clients et partenaires afin de nous améliorer en continu.

De là, des douzaines d'investissements et d'améliorations ont été réalisés pour rénover des navires et améliorer les programmes et les ressources pour conseillers. De nombreuses initiatives amènent de nouvelles opportunités de gagner plus de commissions, d'effectuer des ventes supplémentaires. Nous avons aussi investi dans la formation et le marketing dans le cadre de notre programme « Travel Agents Rock ».

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Nous avons vu une augmentation du nombre d'agents indépendants vendant des croisières.

De nouveaux clients, comme ceux qui n'ont peut-être pas connaissance de notre marque encore, vont émerger. Je crois que les agents indépendants auront un impact sur les types de passagers que nous accueillerons à bord. Leur niche unique continuera d'évoluer et 2018 montrera l'évolution et la force de leur portée.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Sans aucun doute, le Carnival Horizon, le nouveau navire de notre flotte, devrait être lancé en avril. Le Carnival Vista, son navire jumeau, a été très bien reçu. Après les quatre premiers départs européens de l'Horizon ce printemps, elle se repositionnera aux États-Unis avec un horaire d'été de quatre jours aux Bermudes et de huit jours dans les Caraïbes au départ de New York avant de se rendre à Miami pour entamer un programme annuel de croisières de six et huit jours dans les Caraïbes, à partir de septembre. New York et Miami offrent toutes deux une telle proximité aux voyageurs canadiens que nous savons que nous verrons beaucoup de vos lecteurs et de leurs clients à bord!

## CELEBRITY CRUISES

**Ken Brooks,**

Directeur des ventes, Canada



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

De manière globale, 2017 a été pour Celebrity Cruises une année record. Nous avons enregistré les meilleurs taux d'occupation que nous n'ayons jamais vus dans l'histoire de l'entreprise. Ce fut une année phénoménale! Le scénario a été un peu différent pour Celebrity au Canada, où nous n'avons pas connu la meilleure année de notre histoire. La situation de la devise nous a vraiment nui sur le marché canadien. En tant qu'entreprise, nous avons bien fait. Toutefois, en tant que région, le Canada ne s'est pas bien positionné : nous avons l'habitude d'être en première ou en deuxième position; nous avons fini en troisième place, ce qui n'est pas vraiment satisfaisant.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Je pense que ce sera une bonne année, si nous pouvons surmonter le problème des Caraïbes. Le pilier financier de toutes ces îles des Caraïbes est

le tourisme. Nous travaillons vraiment à la vitesse de l'éclair pour que les infrastructures soient en place pour accommoder tout le monde.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

2018, je crois, va être une très bonne année pour Celebrity Cruises. Nous allons lancer une nouvelle catégorie, une nouvelle conception de navire, appelée « The Edge », qui sortira en décembre 2018. Les réservations anticipées pour ce navire vont au-delà de nos attentes les plus folles. Sur le marché canadien, nous avons ajouté de nombreuses villes avec nos vols nolisés, voyageant maintenant sans escale de Calgary et d'Edmonton vers le sud de la Floride, ainsi que de Thunder Bay, Saskatoon et Regina, et nous venons d'annoncer notre retour à Moncton pour deux vols au départ du Nouveau-Brunswick. Notre programme charter au départ du Canada sera très important en 2018. →

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## CELESTYAL CRUISES

### Leslie Peden,

Président, Amérique du Nord



#### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une année phare pour nous avec quatre Cruiser's Choice Awards de la part de Cruise Critic. Nous avons remporté l'or pour les « Initiatives d'expansion de la saison touristique », l'« Enrichissement des produits touristiques grecs », l'« Excellence du service client » et le « Tourisme gastronomique ». En 2017, nous avons également introduit la « Celestyal Inclusive Experience » sur nos croisières, maximisant le budget de nos passagers. Les agents de voyages sont également heureux de cela puisqu'ils gagnent des commissions sur le tarif de la croisière, mais aussi sur les excursions terrestres et les forfaits de boissons incluses dans chaque réservation.

#### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

1,3 milliard de personnes partent en vacances chaque année, mais seulement 25 millions d'entre eux choisissent la croisière. Nous nous attendons à ce que la popularité de ce créneau continue de croître. On voit de plus en plus des voyageurs combiner une de nos croisières égéennes de trois et

quatre avec quelques jours à Athènes, à Santorin ou Mykonos. Cela donne une expérience immersive en Grèce sur terre et en mer en seulement une semaine. En 2018, nous prévoyons une augmentation continue de la demande de passagers, compte tenu du nombre record de voyageurs prévus en Grèce.

#### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Pour 2018, sur la mer Égée, nos itinéraires emblématiques de trois et quatre jours continueront d'être inchangés. En outre, la Majesty retournera à notre flotte après la fin de son nolisement. Le navire offrira une capacité supplémentaire à nos croisières emblématiques de trois et quatre jours pour notre saison qui se déroulera entre le 30 mars et le 9 novembre 2018. Celestyal a également présenté son nouvel itinéraire de sept jours en mer Égée sur le Celestyal Crystal, du 30 avril au 15 octobre 2018. C'est une croisière parfaite pour combiner des escales et des excursions terrestres dans certaines des destinations les plus prisées des îles grecques, incluant des nuits à Mykonos et à Santorin.

## CRYSTAL CRUISES

### Carmen Corvos-Roig,

Vice-présidente principale, marketing et ventes



#### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une année de croissance continue pour Crystal avec de nouvelles expériences pour nos clients. Au cœur de l'une des plus grandes expansions de marque de l'histoire du voyage de luxe, Crystal a présenté deux nouveaux navires fluviaux – le Crystal Bach et le Crystal Mahler, et a également lancé Crystal Skye, notre B777 de Crystal AirCruises. Le Crystal Symphony vient également de terminer la refonte la plus complète de son histoire, proposant de nouveaux concepts et lieux de restauration, plus de chambres Penthouse et des équipements de pointe. Cette année a été entièrement consacrée à l'expansion et à l'évolution de notre marque alors que nous continuons à offrir la célèbre expérience Crystal aux voyageurs de luxe du monde entier.

#### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Les croisières de luxe évoluent constamment, car les définitions du « luxe » des voyageurs continuent d'évoluer et de se diversifier. Nous continuons

d'évoluer pour fournir des expériences de voyage et de luxe incomparables qui conviennent le mieux à leurs préférences individuelles. Nous nous attendons à ce que la clientèle cible des voyageurs de luxe continue à s'élargir, et ce, à travers les générations et les styles de voyage. Nous donnerons aux voyageurs de luxe la possibilité de personnaliser davantage leurs vacances. Ce désir pour des expériences personnalisées est ce que nous considérons comme un objectif pour 2018.

#### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

En 2018, Crystal River Cruises poursuivra son expansion en lançant deux nouveaux bateaux fluviaux de la classe Rhine, le Crystal Debussy et le Crystal Ravel. Ces navires seront des navires jumeaux des Crystal Bach et Crystal Mahler, naviguant le long du Rhin, du Main et du Danube. Nous investissons aussi dans nos navires océaniques, avec une refonte complète du Crystal Serenity, améliorant le design à bord, la technologie et l'introduction de nouveaux espaces de restauration.

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## EMERALD WATERWAYS

**Lisa McCaskill,**

Vice-présidente, ventes et marketing - Canada



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Le meilleur mot pour décrire 2017 pour Scenic et Emerald Waterways est «réussi». Nous avons enregistré une croissance significative pour les deux marques, mais plus particulièrement Emerald Waterways. Depuis que nous sommes entrés sur le marché avec des départs en 2014, chaque année, nous avons eu la chance de voir l'industrie embrasser notre produit et soutenir la marque.

Emerald Waterways a introduit deux nouvelles destinations en 2017 avec le nouveau Emerald Liberty navigant dans le Sud de la France et l'Emerald Radiance sur le Douro au Portugal.

Nos navires Scenic Sapphire et Scenic Diamond naviguant sur les voies navigables de France ont subi une rénovation complète, augmentant l'espace spa et ajoutant une salle de thérapie au sel innovante. Sur ces navires, nous avons également introduit Scenic Culinaire, notre expérience de cuisine privée lors de laquelle les invités peuvent participer à des cours de cuisine à bord dispensés par des experts.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Il est important pour nous d'écouter nos clients et nos partenaires commerciaux et de comprendre ce qu'ils recherchent. Les thèmes principaux sont le principe du tout compris dans le prix et la valeur ajoutée offerte. Les clients veulent avoir leurs besoins pris en charge, mais aussi profiter d'indépendance et de personnalisation. Évoluer dans l'industrie des croisières implique d'incorporer ces désirs ainsi que de trouver de nouvelles destinations et itinéraires.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Emerald Waterways lance des itinéraires de croisière sur les rivières du Mékong et de l'Irrawaddy ainsi que quelques nouveaux itinéraires sur le Rhin. Nous sommes très heureux de notre nouveau partenariat avec le célèbre chef Michael Bonacini, qui fera la promotion de notre itinéraire populaire en France pour 2018. Quand on pense à la France, on pense à la délicieuse cuisine et aux lieux historiques, et nous ne pourrions pas être plus heureux que le chef mette cela en évidence pour nous!

## MSC CRUISES NORTH AMERICA

**Roberto Fusaro,**

Président



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une année phare pour MSC Croisières, initiant un plan d'investissement de près de 10 milliards de dollars pour introduire 11 nouveaux navires sur le marché d'ici 2026. En 2017 seulement, nous avons fait des progrès significatifs avec deux nouveaux navires révolutionnaires, le MSC Meraviglia, lancé en juin, et le MSC Seaside, arrivé en décembre. Plus tôt, en 2017, MSC Croisières a lancé son programme d'innovation numérique, MSC for Me, qui fait partie intégrante de la construction de nouveaux navires par MSC Croisières.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

2018 fera écho à la croissance rapide que nous avons connue cette année dans l'industrie, avec la mise en service de produits encore plus diversifiés. Plus que cela, ces nouveaux mégas navires continueront d'être plus intelligents en capitalisant sur de nouvelles technologies pour

rendre l'expérience de l'invité transparente et plus personnalisée. À bord, les clients rechercheront de plus en plus d'options de bien-être, l'industrie emboîtant le pas.

Côté divertissement, on continuera de voir des partenariats exceptionnels et diverses options de divertissement.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

2018 sera la première année complète d'exploitation dans les Caraïbes du MSC Seaside. Au cours de cette année, il naviguera toute l'année vers des escales magnifiques dans les Caraïbes orientales et occidentales.

Le MSC Seaview, le deuxième navire de la classe Seaside, entrera officiellement en service en juin 2018. Nous sommes impatients de continuer à sensibiliser les clients nord-américains aux offres de MSC Croisières dans les Caraïbes. →

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## NORWEGIAN CRUISE LINE

**Dana Gain,**

Directrice nationale des ventes



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une année de croissance pour Norwegian, en particulier au Canada. Au cours des trois dernières années, nous avons travaillé fort pour percer ici. Les commentaires de nos partenaires commerciaux sont positifs, ce qui est une mesure très importante pour nous, car la plupart de nos activités dans ce pays sont conçues pour encourager un environnement de service pour eux. Notre équipe canadienne a atteint des niveaux de performance et d'efficacité optimaux en 2017, et nous continuons de chercher de nouvelles façons de soutenir nos partenaires à travers le pays. Nous misons sur la réactivité et le dévouement envers les agents. De plus, nos promotions comme « Canada at Par » nous ont permis de raffiner davantage notre identité cette année.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

C'est une question intéressante, parce que je pense que chaque année, la communauté des agents se

demande quelles sont les nouvelles opportunités sur le créneau des croisières. Je suis convaincue qu'elles sont substantielles; nous ne sommes qu'au début. Si vous comparez le nombre de chambres d'hôtel dans le monde au nombre de cabines dans notre industrie, il y a un grand fossé. Dans cet écart se trouve notre opportunité, et c'est énorme. Nous sommes loin d'atteindre notre plein potentiel en tant qu'industrie et la bonne nouvelle est que de plus en plus d'agents choisissent de se concentrer sur la vente de croisières.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Le Norwegian Bliss! C'est notre nouveau navire de classe Breakaway-Plus qui effectuera un voyage aller-retour en Alaska à partir de juin 2018. L'excitation que je perçois entourant le lancement de ce navire est fantastique. Nous organisons une série d'inaugurations pour présenter le navire à partir du mois de mai afin que nos partenaires de voyage aient la chance de découvrir le navire avant son entrée en service en juin.

## OCEANIA CRUISES

**Bob Binder,**

Président-directeur général



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Une belle année de succès et de diversité. Nous sortons d'une année 2017 très réussie où nous avons lancé plus d'innovation et de diversité du côté de nos produits à bord et de nos itinéraires. Nous n'avions pas présenté autant de renouveau depuis longtemps!

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Le secteur des croisières continuera de croître et d'attirer des passagers plus nombreux et plus diversifiés. De grands et nouveaux navires sur le créneau contemporain continueront d'attirer de nouveaux passagers et les voyageurs expérimentés, voire très expérimentés, chercheront des expériences plus personnalisées et immersives, ce qui est parfait pour une marque axée sur la gastronomie et la destination comme Oceania Cruises. Comme nous ne transportons que quelques centaines de passagers, par rapport à quelques milliers pour d'autres navires, il y a forcément des expériences différentes et des destinations

que vous pouvez visiter sur un plus petit navire, ce qui ne serait pas possible sur un méga paquebot. Nous verrons de plus en plus de voyageurs à la recherche de ces vacances uniques et mémorables.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous continuerons à hausser la barre en matière d'innovation culinaire et d'immersion dans les destinations. Nous avons récemment présenté le seul programme gastronomique végétalien en mer, avec plus de 250 choix dans le menu. À l'inverse, nous venons de présenter La Cuisine Bourgeoise par Jacques Pépin, une cuisine française traditionnelle. Sur le front de l'immersion à destination, nous allons déployer de nouvelles visites de découverte culinaire et élargir notre liste de visites « bien-être » inspirées par Canyon Ranch en Asie et en Amérique du Sud. Nous continuerons à innover et à établir de nouvelles normes avec nos itinéraires élaborés par des experts, nos programmes culinaires acclamés et, bien sûr, le plus bel équipage et les plus beaux navires à naviguer sur les sept mers du monde.



# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## PAUL GAUGUIN CRUISES

**Diane Moore,**

Présidente



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Paul Gauguin Cruises a connu une année 2017 fantastique. Nos voyages, l'année dernière, ont présenté des itinéraires populaires de sept à 14 nuits à Tahiti, en Polynésie française et dans le Pacifique Sud, ainsi que des croisières de 16 et 17 nuits à Fidji et à Bali.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

L'industrie des croisières continue de croître et de présenter des idées novatrices, créatives et innovantes, et continuera de le faire en 2018. De nouvelles destinations émergent, et les restaurants, les activités à bord, les progrès technologiques et les expériences exclusives continuent de hausser la barre. Il y a une croissance dans les secteurs des croisières de luxe pour les petits navires et les croisières d'expédition. Les croisières multigénérationnelles et expérientielles sont très

populaires en ce moment. Et la croisière demeure un excellent moyen d'explorer une variété de destinations à un prix incroyable!

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous reviendrons avec nos itinéraires les plus prisés en 2018 : les îles de Tahiti et de la Société, les îles de la Société et les Tuamotus, les Îles Cook et les îles de la Société, et les Marquises, Tuamotus et Îles de la Société. En 2018, Paul Gauguin Cruises sera la première ligne de croisière à visiter la ville portuaire de Vairao à Tahiti, qui est la plus petite des deux terres qui composent l'île de Tahiti et qui offre un littoral sauvage, la culture polynésienne et la célèbre vague de surf de Teahupo'o. Aussi, Paul Gauguin Cruises propose désormais des forfaits mariage et de renouvellement des vœux à Motu Mahana, l'îlot privé de la ligne de croisière au large de Taha'a, ou dans la chapelle sur pilotis de l'InterContinental Bora Bora Resort & Thalasso Spa. →

## TAHITI *par Gauguin*

Suivez l'appel des splendides îles de Tahiti, Polynésie française, Fidji et du Pacifique Sud. Le petit navire de luxe primé m/s *Paul Gauguin* a été conçu non seulement pour mettre en valeur la beauté de la région, mais aussi son esprit.

Les résidents du Canada obtiennent entre 10% et 25% de réduction sur toutes les croisières en 2018 et 2019!

Pour obtenir plus d'information, consultez [www.pgcruses.com](http://www.pgcruses.com)

*Paul Gauguin*  
CRUISES



### TARIFS TOUT COMPRIS

- Vol à partir de Los Angeles
- Toutes les cabines dotées d'une vue sur l'océan
- Bière ainsi que certains vins et spiritueux à bord
- Pourboires prépayés

Les réductions pour les résidents canadiens s'appliquent au tarif de la croisière seulement, dépendent de la disponibilité au moment de la réservation et peuvent être retirées à tout moment.

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## REGENT SEVEN SEAS CRUISES

**Randall Soy,**

Vice-président sénior des ventes et du marketing



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Deux mots suffisent pour définir notre année 2017 : croissance et optimisme. Notre navire le plus récent, le Seven Seas Explorer, a terminé sa première année complète de service et a porté fièrement son titre de navire le plus luxueux jamais construit. Nous avons également hâte d'accueillir le Seven Seas Splendor, notre nouveau navire à être lancé en 2020. Le Seven Seas Splendor offrira aux clients une cinquième option avec des expériences inoubliables dans les destinations les plus fascinantes du monde, avec des normes de luxe incroyablement élevées et un service qui attirent les clients encore et encore.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Les croisières continueront de croître rapidement pour offrir plus de choix aux voyageurs, tandis que les compagnies de croisières continueront à se différencier pour offrir des expériences plus personnalisées et ciblées, ce qui ajoutera de la valeur pour les clients, ainsi que pour les agences de voyages. L'expérience Regent se concentre

sur la prestation du plus haut niveau de service personnalisé à bord d'un navire de croisière grâce à chaque membre dévoué de notre personnel, pendant que nos passagers visitent des coins incroyables du monde.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous sommes impatients de lancer de nouvelles solutions pour les agents de voyages qui les aideront à développer leurs activités et à fidéliser leurs clients. Ces nouvelles initiatives commerciales s'appuieront sur deux jalons importants pour l'entreprise en 2018 : d'abord, le début de la construction du Seven Seas Splendor. La coupe d'acier devrait débuter au début de 2018 et sa quille sera posée au milieu de l'année.

Ensuite, nous attendons également avec impatience la période de cale sèche du Seven Seas Mariner, synonyme de métamorphose de la proue à la poupe dans le cadre de notre programme de réfection de 125 millions de dollars. Lorsque le navire reprendra la mer en avril, notre flotte entière aura le même niveau d'élégance élevé que le Seven Seas Explorer.

## ROYAL CARIBBEAN INTERNATIONAL

**Lisa Connell,**

Directrice des ventes, Canada



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une très bonne année. Nous continuons à tirer parti de notre programme Crown and Anchor Society, car nos clients répétitifs sont essentiels à notre croissance continue, mais nous avons aussi la chance d'être de plus en plus nombreux à effectuer des croisières, des groupes multigénérationnels aux Milléniaux. Ces segments sont idéaux pour nos ventes, car la majorité de leurs réservations concernent plusieurs cabines.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Je crois que ce sera une autre excellente année vu les activités déjà en cours pour 2018. La saison des ouragans a été un défi, mais nous assistons déjà à des développements positifs. Nous continuerons également à voir la croissance sur le créneau multigénérationnel, plus d'escapades entre amies, de voyages de niche, et plus de Milléniaux. Ces derniers jouent un rôle important, car ils utilisent

les réseaux sociaux pour diffuser leurs expériences. Cette génération sera essentielle pour l'avenir de l'industrie du voyage.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Plus de croissance dans tous les segments. Nous avons de belles choses à l'horizon : le Symphony of the Seas, le quatrième navire de la classe Oasis, fera ses débuts en Europe en avril 2018. Nous mettrons également en place trois croisières de présaison à partir du 31 mars. Plus d'innovation de notre part aussi, notamment avec un accueil de pointe à bord.

Lorsque les invités arrivent au port, ils peuvent utiliser leur téléphone portable pour s'enregistrer et monter à bord du navire avec seulement un point de contrôle de sécurité entre la douane et le navire. Donc, si vous pensiez que notre processus d'embarquement de moins de 15 minutes était génial, attendez de faire l'expérience de cette toute nouvelle expérience d'enregistrement, une première dans l'industrie!

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## SCENIC LUXURY CRUISES & TOURS

**Derek Legault,**

Directeur sénior des ventes,  
Canada



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Passionnant! Les croisières fluviales sont en plein essor et nous avons profité d'une merveilleuse saison de navigation sur les rivières d'Europe. En Asie du Sud-Est, les clients ont été impressionnés par la deuxième saison du Scenic Spirit sur le Mékong et de l'Aura sur l'Irrawaddy.

En avril, nous avons été très fiers de présenter notre Scenic Eclipse, le premier yacht d'exploration au monde, qui fera le tour du monde avec classe et style avec ses deux hélicoptères et sous-marins disponibles pour les passagers.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Avec toutes les compagnies de croisières présentes sur le marché, le client a de nombreuses options pour choisir le produit qui correspond le mieux à ses besoins. Comme de plus en plus de gens choisissent la croisière comme type de vacances,

il est très important pour les compagnies comme nous de rester au fait de ce que le client veut vraiment. Chez Scenic, vos clients apprécieront toujours les vacances vraiment tout compris que propose notre entreprise.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Le lancement du Scenic Eclipse! En août 2018, il fera sa sortie inaugurale dans la Méditerranée. Vos clients exploreront la Méditerranée ou la sensualité de Cuba et s'émerveilleront devant la majesté de l'Arctique ou de l'Antarctique, le dernier grand désert sauvage de la planète.

Avec un ratio personnel/invité de presque 1:1, le temps passé à bord de vos clients sera d'une indulgence sans pareil. De l'ultime « Spa Sanctuary » à la vaste gamme d'expériences culinaires, salons spacieux et bars, terrasses extérieures, piscines multiples, hélicoptères et sous-marins pouvant accueillir sept passagers, le luxe à bord sera partout. →



## L'assurance voyage prend un nouveau virage

### Faites souscrire en toute confiance



### L'assurance Protection supérieure c'est :

- ✓ une couverture pour tous les événements inattendus, sauf en cas d'exclusion
- ✓ une valeur exceptionnelle
- ✓ la simplicité pour vous et votre client
- ✓ une assurance offerte seulement par l'intermédiaire d'un agent de voyage

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec votre directeur en expansion des affaires

Des conditions, des restrictions et des exclusions s'appliquent.

L'assurance est établie par **La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers et La Nord-américaine, première compagnie d'assurance**, filiale en propriété exclusive de Manuvie. Le nom Manuvie et le logo qui l'accompagne sont des marques de commerce de La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers qu'elle et ses sociétés affiliées utilisent sous licence. MD/MC Marques de commerce de La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers. © La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers, 2016. Tous droits réservés. Des formats accessibles et des aides à la communication sont offerts sur demande. Rendez-vous à l'adresse [Manuvie.com/accessibilite](http://Manuvie.com/accessibilite) pour obtenir de plus amples renseignements.



# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## STAR CLIPPERS

Mirell Reyes,

Présidente



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été une excellente année pour Star Clippers. Avec une demande refoulée après une année 2016 difficile en raison des événements mondiaux, nos départs ont été très complets et nous constatons une augmentation substantielle des réservations anticipées pour 2018 également. Nos nouvelles destinations Phuket / Thaïlande et Bali / Indonésie ont également été très bien accueillies non seulement par nos clients réguliers (plus de 60 %), mais aussi par les nouveaux clients.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Dans l'ensemble, le secteur des croisières évolue à un rythme important et continuera de se développer au fur et à mesure que de nouveaux navires dotés de caractéristiques novatrices et inspirantes entreront sur le marché, que ce soit des navires océaniques ou fluviaux. Mais plus

important encore, les études montrent que le consommateur recherche plus d'expériences, ce qui stimulera les compagnies à amener de l'innovation et de nouvelles destinations. Notre produit est parfaitement aligné avec les nouveaux désirs du voyageur, car Star Clippers est l'aventure expérientielle ultime, en visitant des destinations intimes, pittoresques, hors des sentiers battus avec nos voiliers authentiques à couper le souffle.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Sur la base de notre production de 2017 ainsi que des fortes tendances de réservations anticipées pour 2018, nous sommes convaincus que notre chiffre d'affaires et de passagers continuera d'augmenter et de poursuivre cette tendance haussière. Cependant, plus important encore, nous attendons avec impatience l'arrivée de notre tout nouveau navire, le Flying Clipper, dont les débuts sont prévus pour la fin de 2018.

## UNIWORLD RIVER CRUISES

Michelle Palma,

Vice-présidente des ventes



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 a été spectaculaire! Nous avons lancé le S.S. Joie de Vivre à Paris, et une nouvelle marque, U by Uniworld, de nouvelles expériences en Europe pour les 21-45 ans. Ce sont des croisières fluviales pour séduire un nouveau public de consommateurs ayant une passion pour l'exploration et un goût pour de vraies aventures. Nous croyons que le voyage devrait être facile, amusant, relaxant et exaltant, tout en même temps.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Nos réservations anticipées sont beaucoup plus fortes pour 2018 par rapport à la même période en 2017. Les agents de voyages nous disent que la demande pour l'Europe est en hausse en 2018 et nous prévoyons une autre année de croissance solide pour Uniworld à travers l'Amérique du Nord.

Le bien-être et les excursions actives sont très en demande. Il y a deux ans, nous avons

embauché des instructeurs à plein temps sur chaque navire en Europe dans le seul but de fournir une programmation active à bord et sur terre. Les clients adoptent la philosophie du mieux-être et nous voyons maintenant d'autres compagnies de croisières mettre en place des programmes similaires.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous attendons avec impatience les nouvelles excursions terrestres uniques organisées sur mesure qui seront offertes en 2018.

Nous sommes également très excités par les huit départs sur U par Uniworld où nous avons renoncé à la restriction d'âge. Ces dates sont maintenant ouvertes à tous les âges. Non seulement avons-nous fourni de bons tarifs aux agents, mais nous avons également lancé des promotions spéciales pour les agents afin de promouvoir ces croisières auprès de leurs clients. La réponse des agents de voyages depuis notre lancement a été phénoménale!

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## VIKING CRUISES

**Michele Saegesser,**  
Vice-présidente des ventes



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

2017 marquait notre 20<sup>e</sup> anniversaire sur les voies navigables mondiales. En 2017, nous avons doublé notre flotte océanique avec les débuts des Viking Sky et Viking Sun, et nous avons ajouté deux autres navires fluviaux. Nous avons élargi nos itinéraires océaniques qui incluent de nouveaux ports d'escale en Europe, dans les Amériques et les Caraïbes, dont Cuba. À noter que nous sommes particulièrement enthousiasmés par notre première croisière autour du monde, qui visitera 35 pays et 66 ports durant 141 jours.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

Nous sommes d'avis que, dans leur recherche du titre du plus gros navire, de nombreuses compagnies de croisières ont perdu de vue la destination. Nous sommes des experts des petits navires : des bateaux fluviaux qui transportent moins de 200 passagers et vont au cœur de la destination

à nos navires océaniques de 930 passagers qui sont assez grands pour naviguer autour du monde et dans les villes les plus emblématiques, tout en étant assez agiles pour naviguer profondément dans les fjords norvégiens et même à travers la barrière de la Tamise dans le centre de Londres. Nos clients sont principalement des voyageurs expérimentés, âgés de 55 ans et plus, ayant des intérêts pour l'histoire, l'art, la culture et l'exploration de nouvelles destinations. Ainsi, alors que le secteur des croisières continuera d'évoluer avec de plus gros navires, nous resterons concentrés sur la destination et notre public de voyageurs expérimentés.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

Nous lancerons de nouvelles destinations et expériences en 2018. Le nouveau Viking Ra débutera en mars et offrira une expérience de navigation intime à 48 invités lors de l'itinéraire Pharaons et Pyramides en Égypte. Aussi, en juin 2018, nous lancerons notre cinquième navire océanique, le Viking Orion, qui naviguera à travers l'Asie et l'Australie.

## WINDSTAR CRUISES

**Steve Simao,**  
Vice-président, ventes



### Comment l'année 2017 pourrait-elle être mieux décrite par votre entreprise?

Avec l'arrivée de notre nouveau président, John Delaney, et de nombreux nouveaux dirigeants de haut niveau rejoignant Windstar en 2017, l'entreprise a adopté une nouvelle approche de la croisière sur petits navires. Vous pouvez le voir dans nos nouveaux documents marketing, ainsi que dans nos nouveaux itinéraires, notre partenariat culinaire renforcé en tant que ligne de croisière officielle de la Fondation James Beard, les débuts de nos voyages Star Collector plus longs et notre engagement renouvelé à travailler avec les agents de voyages.

### Comment voyez-vous votre secteur évoluer en 2018?

2017 a été une année très réussie pour l'industrie des croisières et la dynamique positive se poursuivra. Je pense que les compagnies de croisières devront continuer à se distinguer en offrant des expériences

uniques à leurs clients. Le voyageur d'aujourd'hui n'est pas vraiment à la recherche d'expériences passives : il cherche à sortir, toucher, ressentir et expérimenter une destination en profondeur, et c'est la niche et l'objectif de Windstar.

### En 2018, que faut-il surveiller de près concernant votre entreprise?

2018 sera une belle aventure sur Windstar, avec 49 nouveaux itinéraires de croisière et 148 nouveaux ports d'escale. J'attends avec impatience le lancement de nos nouvelles expéditions Windstar Signature Expeditions en Alaska, qui sont des sorties guidées par des géologues, des glaciologues, des biologistes marins, des photographes et d'autres experts. Nous commencerons aussi nos premières croisières au Canada, en Nouvelle-Angleterre, ainsi que dans le cercle polaire arctique et le cap Nord. Windstar continuera à démontrer comment nous sommes « au-delà de l'ordinaire » en 2018 avec un certain nombre d'autres annonces passionnantes. ●

**EXCELLENCE**  
Luxury Hotels & Resorts



## Les vacances par Excellence

Situés sur les plus belles plages du Mexique et de la République dominicaine, ces établissements tout inclus offrent tous les avantages exclusifs à la Collection Grand Luxe de Transat. Découvrez une gamme d'activités de loisirs et de détente pour adultes seulement ou pour toute la famille. Voici les six hôtels où le mot VIP prend tout son sens :

### Adultes seulement

- › Beloved Playa Mujeres par Excellence Group
- › Excellence Playa Mujeres › Excellence Riviera Cancun
- › Excellence Punta Cana › Excellence El Carmen

### Familles

- › Finest Playa Mujeres par Excellence Group

## Inclusions de la Collection Grand Luxe de Transat :

- › Accès gratuit au salon VIP des aéroports\*
- › Surclassement à Option Plus
- › Transferts privés entre l'aéroport et l'hôtel

*\*Lorsque disponible.*



**Hôtels Excellence 5★**

## PARTIE 2: TOUJOURS PLUS DE CAPACITÉ SUR

# LES navires océaniques

Par André Désiront

La capacité de l'industrie des croisières, qui se chiffre actuellement à un demi-million de lits, s'accroîtra à un rythme rapide au cours des deux prochaines années. Ainsi, 2019 sera une année exceptionnelle à cet égard, avec la mise en marché de 40 000 nouveaux lits, ce qui constituera un record de tous les temps (jusqu'ici, c'est 2010 qui détenait le record avec 33 500 nouveaux lits). Et avec 32 941 lits supplémentaires, 2018 ne fera pas pâle figure non plus. Si le record du plus gros mastodonte des mers – celui détenu par les navires de la classe Oasis de Royal Caribbean) n'est pas menacé, plusieurs paquebots de très gros gabarit feront néanmoins leur apparition. Ce sera le cas des navires de la classe Helios, que commercialiseront deux filiales de Carnival : Aida Cruises et Costa. Ces bâtiments de 183 000 tonnes se classeront au second rang des plus gros paquebots du monde, suivi de près par ceux de la classe Quantum, de Royal Caribbean, mais aussi par plusieurs nouveaux spécimens de Norwegian (le Joy et l'Escape), de MSC (le Meraviglia),



qui tous ont une capacité totale d'environ 5 000 passagers.

### CAP SUR L'ASIE

Les commandes de nouveaux navires placées actuellement par les membres de la CLIA (Cruise Lines International Association) se traduiront par la mise en marché de 230 788 nouveaux lits d'ici 2026, ce qui fera augmenter la capacité actuelle de près de 50 %. C'est en partie pour répondre à l'explosion de la demande pour les croisières océaniques sur les marchés asiatiques que les compagnies ont passé

toutes ces commandes dont la valeur se chiffre à 6,8 milliards \$ US.

Parmi les navires actuellement en chantier, plusieurs seront positionnés en Extrême-Orient. Ce sera notamment le cas du Norwegian Joy. En 2013, il y avait 43 paquebots océaniques déployés en Asie (la plupart au départ des ports chinois de Shanghai et Tianjin). En 2017, ils étaient 66. Pendant ces quatre années, le nombre de croisiéristes asiatiques a triplé, passant de 1,5 million

à 4,24 millions. L'Asie ne pèse encore que pour 10,9 % du marché des croisières océaniques (contre 35,6 % pour les Caraïbes et 27 % pour la Méditerranée et l'Europe du Nord), mais au rythme actuel, l'ordre des destinations sera bientôt bouleversé. Ce n'est pas un hasard si Norwegian appartient maintenant à un conglomérat asiatique, le Genting Group de Kuala Lumpur. À noter que, là-bas, sept passagers sur 10 (67,8 %) sont chinois et si on y inclut les croisiéristes de Taïwan et ceux de Hong Kong, on parle de 78 % du marché. →

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## DEUX NOUVEAUX JOUEURS

En 2020, il faudra compter sur deux nouveaux joueurs. Le premier est Virgin Voyages, que lancera le milliardaire Richard Branson, qui s'est associé avec Bain Capital (la firme de Mitt Romney, qui fut candidat du Parti républicain à l'élection présidentielle de 2012) pour financer l'aventure. La formule préconisée sera celle des croisières « pour adultes seulement » et son promoteur parle de « navires boutiques ». Mais avec un gabarit de 110 000 tonnes pour 2 800 passagers, les trois navires actuellement en commande (les deux autres seront lancés en 2021 et 2022) seront un peu grands pour ça (dans un hôtel boutique, le personnel est censé connaître chaque client par son nom). La clientèle ciblée est celle des milléniaux et des voyageurs qui, normalement, ne feraient pas de croisières, assurant que le produit sera « différent ». Le premier navire de la flotte sera positionné à Miami d'où il sera affecté à des itinéraires d'une semaine dans les Caraïbes. Le concept des croisières « pour adultes seulement » a inspiré d'autres compagnies qui aménageront plutôt des sections distinctes sur leurs paquebots.

L'autre nouveau joueur, Ritz Carlton Cruises, campera dans le créneau du luxe. Avec une capacité de 149 suites, ses « yachts » ne pèseront pas tellement lourd sur la capacité globale, mais il s'agira d'un joueur important dans son créneau, celui déjà investi par SeaDream, Ponant et Scenic, notamment, qui exploitent des petits navires embarquant moins de 300 passagers. ●

## LES 12 PLUS GROS NAVIRES DU MONDE

	NOM DU NAVIRE	COMPAGNIE	TONNAGE	CAPACITÉ *
1.	<b>Oasis of the Seas</b> (et ses clones : l'Allure, l'Harmony et bientôt le Symphony qui jaugera 230 000 tonnes)	Royal Caribbean	225 882	5 400 (6 300)
2.	<b>AIDAnova**</b> (automne 2018)	Aida Cruises	183 900	5 186 (6 600)
3.	<b>Quantum of the Seas</b> (et ses clones : l'Anthem, l'Ovation et, en 2019, le Spectrum)	Royal Caribbean	167 800	4 180 (4 905)
4.	<b>Norwegian Joy</b> (et ses clones : l'Escape et, dès avril 2018, le Bliss)	NCL	167 725	4 266 (5 183)
5.	<b>MSC Meraviglia</b>	MSC	167 600	4 488 (5 714)
6.	<b>Liberty of the Seas</b> (et ses clones : le Freedom et l'Independance)	Royal Caribbean	155 889	3 634 (4 375)
7.	<b>Norwegian Epic</b>	NCL	155 873	4 100 (5 183)
8.	<b>MSC Seaside</b> (et bientôt son clone, le Seaview)	MSC	154 000	4 140 (5 429)
9.	<b>Genting Dream</b>	Dream Cruises	150 695	3 352 (4 500)
10.	<b>Queen Mary 2</b>	Cunard	148 528	2 592 (3 090)
11.	<b>Norwegian Breakaway</b> (et son clone, le Getaway)	NCL	146 600	3 969
12.	<b>Royal Princess</b> (et son clone : le Regal Princess)	Princess Cruises	141 000	3 600

\* La capacité en termes de lits bas, suivie, entre parenthèses lorsqu'elle est disponible, de la capacité totale.

\*\* Nous avons inclus l'AIDAnova dans la liste, même s'il ne sera lancé que dans quelques mois, parce que plusieurs nouveaux navires de cette classe Helios, qui seront lancés d'ici 2021, notamment le Costa Smeralda (fin 2019), qui sera un clone de l'AIDAnova, les deux compagnies étant des filiales de Carnival, compteront parmi les plus gros de la flotte mondiale.

## PRINCIPAUX MARCHÉS ÉMETTEURS EN 2016

1. États-Unis	11,52 millions de croisiéristes
2. Allemagne	2,2 millions
3. Chine	2,1 millions
4. Royaume-Uni	1,89 million
5. Australie/Nouvelle-Zélande	1,29 million
6. Canada	750 000
6. Italie	750 000
8. France	570 000
9. Espagne	490 000
9. Brésil	490 000



# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

## LES NOUVEAUX PAQUEBOTS DE 2018 ET 2019

NOM DU NAVIRE	COMPAGNIE	TONNAGE	CAPACITÉ *	LANCEMENT
Azamara Pursuit	Azamara Croisies	30 297	710	Mars 2018
Carnival Horizon	Carnival Cruise Line	135 000	4 000	Avril 2018
Symphony of the Seas	Royal Caribbean	230 000	5 535 (6 870)	Avril 2018
Norwegian Bliss	NCL	164 600	4 004	Avril 2018
Lapérouse	Ponant	10 700	184	Mai 2018
MSC Seaview	MSC	154 000	5 179 (5 700)*	Mai 2018
Mein Schiff 1	TUI Croisies	111 500	2 900	Mai 2018
AIDANova	AIDA Croisies	183 900	5 186 (6 600)*	Automne 2018
Ovation	Seabourn	40 350	604 (650)	Automne 2018
Champlain	Ponant	10 700	184	Automne 2018
Nieuw Statendam	Holland America	99 500	2 650 (4 905)	Novembre 2018
Celebrity Edge	Celebrity Croisies	117 700	2 900	Décembre 2018
MSC Bellissima	MSC	171 598	4 488 (5 714)	Mars 2019
Bougainville	Ponant	10 000	184	Avril 2019
Spectrum of the Seas	Royal Caribbean	167 800	4 188	Avril 2019
Spirit of Discovery	Saga Croisies	55 900	999	Été 2019
Endeavor	Crystal Croisies	25 000	200	Août 2019
Mein Schiff 2	TUI Croisies	111 500	2 900	Été 2018
Classe Miraviglia Plus**	MSC	177 100	4 900 (6 300)*	Octobre 2019
Classe Breakaway**	NCL	163 000	3 900	Hiver 2019
Classe Royal**	Princess Croisies	143 700	3 660	Novembre 2019
Costa Smeralda	Costa Cruise Line	182 700	5 224 (6 600)	Fin 2019
Costa Venezia	Costa Cruise Line	135 000	4 200	Fin 2019
Classe Vista**	Carnival Cruise Line	133 500	3 934	Fin 2019

\* La capacité en termes de lits bas, suivie, entre parenthèses, de la capacité totale.

\*\* Les noms de ces nouveaux paquebots, qui seront lancés en 2019, n'avaient pas encore été attribués au moment où nous dressions ce tableau. C'est pourquoi nous les désignons par leurs classes. Deux d'entre eux appartiendront à de nouvelles classes de navires : la classe Miraviglia Plus de MSC et la classe Royal de Princess.

## LES PLUS GRANDES COMPAGNIES DE CROISIÈRES

Le marché des croisières est dominé par deux géants : Carnival Corporation et Royal Caribbean Cruise Line qui, à elles deux, déploient près des trois quarts de la capacité mondiale de 500 000 lits. Mais ils seront bientôt talonnés par Star Croisies de Hong Kong, qui est une filiale du conglomérat malaisien Genting Group.

À elle seule, la Carnival Corporation exploite neuf marques, pour une capacité de 238 550 lits bas répartis entre 105 navires. Ce sont :

Carnival	25 navires	66 400 lits
Princess Croisies	17 navires	46 400 lits
Costa Croisies	15 navires	42 241 lits
Holland America Line	14 navires	23 624 lits
AIDA Croisies	11 navires	21 930 lits
P&O Croisies	9 navires	21 761 lits
P&O Australia	5 navires	7 734 lits
Cunard	3 navires	6 694 lits
Seabourn	5 navires	1 766 lits

Pour sa part, Royal Caribbean Cruise Line déploie quatre marques alignant une flotte totale de 43 unités pour une capacité de 123 657 lits, en 2017. Ce sont :

Royal Caribbean Int	25 navires	88 958 lits
Celebrity Croisies	12 navires	24 138 lits
Pullmantur Croisies	4 navires	9 141 lits
Azamara	2 navires	1 420 lits

Il faut aussi noter que Royal Caribbean est actionnaire à 50 % de TUI Croisies, filiale du géant TUI, qui exploite six navires pour une capacité de 14 626 lits bas et incorporera bientôt deux autres paquebots de 115 000 tonnes d'une capacité de 2 900 lits bas chacun.

Mis à part ces deux groupes, les autres gros joueurs sont :

Star Croisies*	61 navires	plus de 80 000 lits
(regroupe Norwegian Cruise Line, Oceania, Regent Seven Seas Dream Croisies, Crystal Croisies et Star Croisies)		
MSC Croisies	13 navires	30 174 lits
Disney Croisies	4 navires	12 800 lits

\* Star Croisies, de Hong Kong, est une filiale du Genting group de Kuala Lumpur. Elle est l'actionnaire principal de NCL, avec Apollo Management.

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018


PAX est fier de présenter le **Guide Croisières** le plus complet de l'industrie du voyage! Vous y trouverez la liste des navires détenus par chaque croisiériste en plus d'informations utiles telles l'année de construction, la capacité, la quantité de membres d'équipage et le tonnage, afin de vous aider dans votre travail. Nous avons non seulement compilé tous les navires qui parcourent actuellement les océans de la planète, mais aussi ceux qui seront inaugurés dans les prochains mois. N'oubliez pas de visiter notre très exhaustif Répertoire du voyage, constamment mis à jour au [paxnouvelles.com/fournisseurs](http://paxnouvelles.com/fournisseurs), où vous trouverez toutes les coordonnées des fournisseurs avec qui vous faites affaire au quotidien.

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
 <b>CARNIVAL CORPORATION</b>	<b>110</b>					
<b>AIDA Cruises</b>	<b>12</b>					
AIDAcara		1996	1 186	360	Genoa, Italie	38 557
AIDAvita		2002	1 266	426	Genoa, Italie	42 289
AIDAaura		2003	1 300	418	Genoa, Italie	42 289
AIDAdiva		2007	2 030	634	Genoa, Italie	68 500
AIDAbella		2008	2 030	634	Genoa, Italie	68 500
AIDAluna		2009	2 100	607	Genoa, Italie	69 203
AIDAblu		2010	2 050	607	Genoa, Italie	71 304
AIDAsol		2011	2 174	635	Genoa, Italie	71 300
AIDamar		2012	2 686	620	Genoa, Italie	71 304
AIDastella		2013	2 700	620	Genoa, Italie	71 304
AIDAprima		2016	3 300	900	Genoa, Italie	125 572
AIDAnova		2018	5 186	1 500	Genoa, Italie	183 900
<b>Carnival Cruise Line</b>	<b>25</b>					
Carnival Fantasy (Classe Fantasy)		1990	2 056	920	Panama	70 367
Carnival Ecstasy (Classe Fantasy)		1991	2 056	920	Panama	70 367
Carnival Sensation (Classe Fantasy)		1993	2 056	920	Bahamas	70 367
Carnival Fascination (Classe Fantasy)		1994	2 056	920	Bahamas	70 367
Carnival Imagination (Classe Fantasy)		1995	2 056	920	Bahamas	70 367
Carnival Inspiration (Classe Fantasy)		1996	2 056	920	Bahamas	70 367
Carnival Sunshine (Classe Destiny)		1996	3 002	1 040	Bahamas	101 353
Carnival Elation (Classe Fantasy)		1998	2 130	920	Panama	70 367
Carnival Paradise (Classe Fantasy)		1998	2 056	920	Panama	70 367
Carnival Triumph (Classe Destiny)		1999	2 754	1 100	Bahamas	101 509
Carnival Victory (Classe Destiny)		2000	2 754	1 100	Panama	101 509
Carnival Spirit (Classe Spirit)		2001	2 124	930	Panama	110 000
Carnival Pride (Classe Spirit)		2001	2 124	930	Panama	110 000
Carnival Legend (Classe Spirit)		2002	2 124	930	Panama	110 000
Carnival Conquest (Classe Conquest)		2002	2 980	1 150	Panama	110 000
Carnival Glory (Classe Conquest)		2003	2 980	1 150	Panama	110 000
Carnival Miracle (Classe Spirit)		2004	2 124	934	Panama	110 000






# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
<i>Carnival Valor</i> (Classe Conquest)		2004	2 980	1 150	Panama	110 000
<i>Carnival Liberty</i> (Classe Conquest)		2005	2 974	1 160	Panama	110 000
<i>Carnival Freedom</i> (Classe Conquest)		2007	2 980	1 150	Panama	110 000
<i>Carnival Splendor</i> (Classe Splendor)		2008	3 012	1 150	Panama	113 300
<i>Carnival Dream</i> (Classe Dream)		2010	3 646	1 367	Panama	130 000
<i>Carnival Magic</i> (Classe Dream)		2011	3 690	1 367	Panama	130 000
<i>Carnival Breeze</i> (Classe Dream)		2012	3 690	1 386	Panama	130 000
<i>Carnival Horizon</i> (Classe Dream)		2018	4 000	1 450	Italie	135 000
<b>Costa Cruises</b>	<b>17</b>					
<i>Costa NeoClassica</i> (Classe Classica)		1991	1 680	617	Genoa, Italie	53 700
<i>Costa NeoRomantica</i> (Classe Classica)		1993	1 800	622	Genoa, Italie	57 100
<i>Costa Victoria</i> (Classe Victoria)		1996	2 394	790	Genoa, Italie	75 200
<i>Costa NeoRiviera</i>		1999	1 670	568	Genoa, Italie	47 275
<i>Costa Atlantica</i> (Classe Spirit)		2000	2 886	897	Genoa, Italie	86 000
<i>Costa Mediterranea</i> (Classe Spirit)		2003	2 680	912	Genoa, Italie	86 000
<i>Costa Fortuna</i> (Classe Fortuna)		2003	3 470	1 027	Genoa, Italie	102 587
<i>Costa Magica</i> (Classe Fortuna)		2004	3 470	1 027	Genoa, Italie	102 587
<i>Costa Serena</i> (Classe Concordia)		2007	3 700	1 100	Genoa, Italie	114 500
<i>Costa Luminosa</i> (Classe Vista)		2009	2 826	921	Genoa, Italie	92 600
<i>Costa Pacifica</i> (Classe Concordia)		2009	3 780	1 150	Genoa, Italie	114 500
<i>Costa Deliziosa</i> (Classe Vista)		2010	2 826	934	Genoa, Italie	92 600
<i>Costa Favolosa</i> (Classe Concordia)		2011	3 800	1 150	Genoa, Italie	114 500
<i>Costa Fascinosa</i> (Classe Concordia)		2012	3 800	1 150	Genoa, Italie	114 500
<i>Costa Diadema</i> (Classe Dream)		2014	4 947	1,253	Geneo, Italie	132 500
<i>Costa Smeralda</i>		2019	6 600	1 682	Geneo, Italie	182 700
<i>Costa Venezia</i>		2019	4 200	1 500	Geneo, Italie	135 500
<b>Cunard Line</b>	<b>3</b>					
<i>Queen Mary 2</i>		2004	2 695	1 253	Bermudes	151 400
<i>Queen Victoria</i>		2007	2 081	900	Royaume-Uni	90 049
<i>Queen Elizabeth</i>		2010	2 092	1 003	Royaume-Uni	90 901
<b>Holland America Line</b>	<b>16</b>					
<i>MS Prinsendam</i> (Classe Explorer)		1988	740	460	Pays-Bas	37 848
<i>MS Statendam</i> (Classe Statendam)		1993	1 266	602	Pays-Bas	55 451
<i>MS Maasdam</i> (Classe Statendam)		1993	1 258	580	Pays-Bas	55 451
<i>MS Ryndam</i> (Classe Statendam)		1994	1 258	602	Pays-Bas	55 451
<i>MS Veendam</i> (Classe Statendam)		1996	1 266	602	Pays-Bas	55 451
<i>MS Rotterdam</i> (Classe Rotterdam)		1997	1 316	593	Pays-Bas	59 652
<i>MS Volendam</i> (Classe Rotterdam)		1999	1 432	647	Pays-Bas	60 906
<i>MS Zaandam</i> (Classe Rotterdam)		2000	1 440	647	Pays-Bas	60 906
<i>MS Amsterdam</i> (Classe Rotterdam)		2000	1 380	647	Pays-Bas	60 600
<i>MS Zuiderdam</i> (Classe Vista)		2002	2 272	842	Pays-Bas	81 769
<i>MS Oosterdam</i> (Classe Vista)		2003	1 848	800	Pays-Bas	85 000
<i>MS Westerdam</i> (Classe Vista)		2004	1 916	800	Pays-Bas	81 811
<i>MS Noordam</i> (Classe Vista)		2006	1 918	810	Pays-Bas	82 000
<i>MS Eurodam</i> (Classe Signature)		2008	2 104	929	Pays-Bas	86 700
<i>MS Nieuw Amsterdam</i> (Classe Signature)		2010	2 106	929	Pays-Bas	86 700

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
<i>MS Nieuw Stadendam</i>		2018	2 650	1 025	Pays-Bas	99 500
<b>P&amp;O Australia</b>	<b>5</b>					
<i>Pacific Jewel</i>		1990	1 670	696	Royaume-Uni	70 310
<i>Pacific Dawn</i>		1991	1 546	696	Royaume-Uni	70 285
<i>Pacific Eden</i>		1993	1 260	557	Royaume-Uni	55 820
<i>Pacific Aria</i>		1994	1 260	602	Royaume-Uni	55 820
<i>Pacific Explorer</i>		1998	1 998	830	Royaume-Uni	77 441
<b>P&amp;O Cruises</b>	<b>7</b>					
<i>Oriana</i>		1995	1 974	794	Bermudes	69 153
<i>Aurora</i>		2000	1 878	850	Bermudes	76 152
<i>Oceana</i>		2000	2 016	875	Bermudes	77 499
<i>Arcadia</i>		2005	1 952	976	Bermudes	86 799
<i>Ventura</i>		2008	3 092	1 930	Bermudes	113 000
<i>Azura</i>		2010	3 096	1 226	Royaume-Uni	116 000
<i>Britannia</i>		2015	3 647	1 350	Royaume-Uni	143 600
<b>Princess Cruises</b>	<b>18</b>					
<i>Sun Princess (Classe Sun)</i>		1995	1 950	900	Royaume-Uni	77 499
<i>Dawn Princess (Classe Sun)</i>		1997	1 950	900	Bermudes	77 499
<i>Grand Princess (Classe Grand)</i>		1998	2 600	1 100	Bermudes	109 000
<i>Pacific Princess (Classe R)</i>		1999	826	373	Gibraltar	30 277
<i>Sea Princess (Classe Sun)</i>		1999	1 950	900	Bermudes	77 499
<i>Golden Princess (Classe Grand)</i>		2001	2 592	1 100	Bermudes	109 000
<i>Star Princess (Class Grand)</i>		2002	3 100	1 205	Bermudes	109 000
<i>Coral Princess (Classe Sun)</i>		2002	2 581	900	Bermudes	92 000
<i>Island Princess (Classe Sun)</i>		2003	2 581	900	Bermudes	91 267
<i>Caribbean Princess (Classe Grand)</i>		2004	3 100	1 200	Bermudes	113 000
<i>Diamond Princess (Classe Grand)</i>		2004	2 674	1 238	Bermudes	113 000
<i>Sapphire Princess (Classe Grand)</i>		2004	3 100	1 100	Bermudes	109 000
<i>Crown Princess (Classe Grand)</i>		2006	3 080	1 200	Bermudes	113 000
<i>Emerald Princess (Classe Grand)</i>		2007	3 114	1 200	Bermudes	113 000
<i>Ruby Princess (Classe Grand)</i>		2008	3 080	1 200	Bermudes	113 000
<i>Royal Princess (Classe Royal)</i>		2013	3 600	1 800	Bermudes	142 000
<i>Regal Princess (Classe Royal)</i>		2014	3 560	1 346	Bermudes	142 000
<i>Sky Princess Ship (Classe Royal)</i>		2019	3 660	1 350	Bermudes	143 700
<b>Seabourn Cruise Line</b>	<b>7</b>					
<i>Seabourn Pride</i>		1988	208	164	Bahamas	9 961
<i>Seabourn Spirit</i>		1989	208	164	Bahamas	9 975
<i>Seabourn Legend</i>		1991	208	164	Bahamas	9 961
<i>Seabourn Odyssey</i>		2009	450	335	Bahamas	32 000
<i>Seabourn Sojourn</i>		2010	450	330	Bahamas	32 000
<i>Seabourn Quest</i>		2011	450	330	Bahamas	32 000
<i>Seabourn Ovation</i>		2018	604	350	Bahamas	40 350
 <b>CELESTYAL CRUISES</b>	<b>3</b>					
<i>Celestyal Olympia</i>		1982	1 664	540	Malte	37 584
<i>Celestyal Crystal</i>		1992	1 200	406	Malte	25 611

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
Majesty		1992	1 462	600	Malte	40 876
 <b>DISNEY CRUISE LINE</b>	<b>4</b>					
Disney Magic		1998	2 400	995	Bahamas	83 300
Disney Wonder		1999	2 400	995	Bahamas	83 300
Disney Dream		2011	4 000	1 453	Bahamas	129 690
Disney Fantasy		2012	4 000	1 453	Bahamas	124 000
 <b>HAPAG-LLOYD CRUISES</b>	<b>6</b>					
MS Bremen		1990	155	100	Bahamas	6 752
MS Hanseatic		1993	175	125	Bahamas	8 378
MS Europa		1999	400	285	Bahamas	28 890
MS Europa 2		2013	500	370	Malte	42 830
Hanseatic Nature		2019	230	170	Bahamas	15 540
Hanseatic Inspiration		2019	230	170	Bahamas	15 540
 <b>HURTIGRUTEN CRUISES</b>	<b>13</b>					
MS Nordstjernen		1956	290	54	Norvège	2 568
MS Lofoten		1964	400	68	Norvège	2 621
MS Vesteralen		1983	510	112	Norvège	6 261
MS Kong Harald		1993	622	176	Norvège	11 200
MS Richard With		1993	623	176	Norvège	11 205
MS Nordlys		1994	622	171	Norvège	11 200
MS Nordkapp		1996	622	173	Norvège	11 386
MS Polarlys		1996	619	171	Norvège	12 000
MS Nordnorge		1997	623	162	Norvège	11 384
MS Trollfjord		2002	822	196	Norvège	16 140
MS Finnmarken		2002	1 000	257	Norvège	15 690
MS Midnatsol		2003	1 000	256	Norvège	16 151
MS Fram		2007	318	75	Norvège	11 647
 <b>LINDBLAD EXPEDITIONS</b>	<b>8</b>					
National Geographic Sea Bird		1981	70	25	États-Unis	1 000
National Geographic Sea Lion		1982	62	31	États-Unis	1 000
National Geographic Explorer		1982	148	87	Bahamas	6 471
National Geographic Islander		1995	48	27	Équateur	1 065
National Geographic Orion		2003	106	75	Bahamas	3 984
National Geographic Endeavour II		2005	96	40	Équateur	3 132
National Geographic Quest		2017	100	35	États-Unis	2 906
National Geographic Venture		2018	100	35	États-Unis	2 906
 <b>MSC CRUISES</b>	<b>16</b>					
MSC Armonia (Classe Lirica)		2001	2 340	760	Panama	65 000
MSC Sinfonia (Classe Lirica)		2002	2 340	760	Panama	65 000
MSC Lirica (Classe Lirica)		2003	2 371	732	Panama	59 058

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
MSC Opera (Classe Lirica)		2004	2 570	728	Panama	59 058
MSC Musica (Classe Musica)		2006	3 060	987	Panama	89 000
MSC Orchestra (Classe Musica)		2007	3 060	987	Panama	89 000
MSC Poesia (Classe Musica)		2008	3 060	1 039	Panama	92 627
MSC Fantasia (Classe Fantasia)		2008	3 929	1 370	Panama	137 936
MSC Splendida (Classe Fantasia)		2009	3 929	1 370	Panama	137 936
MSC Magnifica (Classe Musica)		2010	3 007	987	Panama	89 000
MSC Divina (Classe Fantasia)		2012	4 202	1 388	Panama	139 400
MSC Preziosa (Classe Fantasia)		2013	4 378	1 388	Panama	139 400
MSC Meraviglia (Classe Meraviglia)		2017	5 386	1 400	Panama	167 600
MSC Seaside		2017	4 961	1 413	Malte	154 000
MSC Seaview		2018	5 179	1 413	Malte	154 000
MSC Bellissima		2019	4 488	1 400	Malte	171 598

## PAUL GAUGUIN CRUISES

2

Paul Gauguin		1997	332	217	Bahamas	19 200
Tere Moana		1998	95	55	Bahamas	3 504

## PONANT

8

Le Ponant		1991	64	32	France	1 443
Le Boreal		2010	264	139	France	10 700
L'Austral		2011	264	139	France	10 700
Le Soléal		2013	264	139	France	11 000
Le Lyrial		2015	265	139	France	10 700
Le Lapérouse		2018	184	110	France	10 700
Le Champlain		2018	184	110	France	10 700
Le Bougainville		2019	184	110	France	10 700

## ROYAL CARIBBEAN CRUISE LINE

49

### Azamara Club Cruises

3

Azamara Journey		2000	694	407	Malte	30 277
Azamara Quest		2000	702	355	Malte	30 277
Azamara Pursuit		2018	710	408	Malte	30 297

### Celebrity Cruises

14

Celebrity Millennium		2000	2 450	999	Malte	90 963
Celebrity Infinity		2001	2 170	999	Malte	91 000
Celebrity Xpedition		2001	96	68	Équateur	2 842
Celebrity Summit		2002	2 450	999	Malte	91 000
Celebrity Constellation		2002	2 038	999	Malte	91 000
Celebrity Solstice		2008	2 850	1 500	Malte	121 878
Celebrity Equinox		2009	2 850	1 250	Malte	121 878
Celebrity Eclipse		2010	2 852	1 271	Malte	121 878
Celebrity Silhouette		2011	2 886	1 500	Malte	122 210
Celebrity Reflection		2012	3 046	1 271	Malte	125 366
Celebrity Edge		2018	2 900	1 320	Malte	117 700

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018




Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
<i>Celebrity Beyond</i>		2020	2 900	1 320	Malte	129 000
<i>Celebrity Edge 3</i>		2021	2 900	1 320	Malte	129 000
<i>Celebrity Edge 4</i>		2022	2 900	1 320	Malte	129 000
<b>Pullmantur Cruises</b>	<b>4</b>					
<i>Sovereign of the Seas</i>		1988	2 350	827	Bahamas	74 000
<i>Horizon</i>		1990	1 354	642	Malte	46 811
<i>Monarch of the Seas</i>		1991	2 354	827	Malte	73 941
<i>Zenith</i>		1992	1 374	640	Malte	47 255
<b>Royal Caribbean International</b>	<b>28</b>					
<i>Majesty of the Seas</i>		1992	2 744	833	Bahamas	73 941
<i>Legend of the Seas</i>		1995	2 076	720	Bahamas	70 000
<i>Splendour of the Seas</i>		1996	2 076	720	Bahamas	70 000
<i>Grandeur of the Seas</i>		1996	2 446	760	Bahamas	74 000
<i>Rhapsody of the Seas</i>		1997	2 435	765	Bahamas	78 491
<i>Enchantment of the Seas</i>		1997	2 446	765	Bahamas	80 700
<i>Vision of the Seas</i>		1998	2 435	765	Bahamas	78 491
<i>Voyager of the Seas</i>		1999	3 138	1 181	Bahamas	137 276
<i>Explorer of the Seas</i>		2000	3 114	1 180	Bahamas	137 308
<i>Adventure of the Seas</i>		2001	3 114	1 180	Bahamas	137 276
<i>Radiance of the Seas</i>		2001	2 501	859	Bahamas	90 090
<i>Brilliance of the Seas</i>		2002	2 501	859	Bahamas	90 090
<i>Navigator of the Seas</i>		2002	3 114	1 213	Bahamas	138 279
<i>Mariner of the Seas</i>		2002	3 114	1 185	Bahamas	138 279
<i>Serenade of the Seas</i>		2003	2 490	891	Bahamas	90 090
<i>Jewel of the Seas</i>		2004	2 501	859	Bahamas	90 090
<i>Freedom of the Seas</i>		2006	4 370	1 360	Bahamas	154 407
<i>Liberty of the Seas</i>		2006	4 370	1 360	Bahamas	154 407
<i>Independence of the Seas</i>		2006	4 370	1 360	Bahamas	154 407
<i>Oasis of the Seas</i>		2009	6 296	2 165	Bahamas	225 282
<i>Allure of the Seas</i>		2010	6 296	2 165	Bahamas	225 282
<i>Quantum of the Seas</i>		2014	4 905	1 550	Bahamas	167 800
<i>Anthem of the Seas</i>		2015	4 905	1 550	Bahamas	167 800
<i>Ovation of the Seas</i>		2016	4 905	1 550	Bahamas	168 600
<i>Harmony of the Seas</i>		2016	6 296	2 394	Bahamas	227 700
<i>Symphony of the Seas</i>		2018	5 535	2 100	Bahamas	230 000
<i>Spectrum of the Seas</i>		2019	4 188	1 500	Bahamas	167 800
<i>Pulse of the Seas</i>		2020	4 188	1 500	Bahamas	167 800
<b>SAGA CRUISES</b>	<b>3</b>					
<i>Saga Sapphire</i>		1981	720	415	Malte	37 301
<i>Saga Pearl II</i>		1981	449	252	Bahamas	18 591
<i>Spirit of Discovery</i>		2019	999	530	Bahamas	58 250
<b>SCENIC LUXURY CRUISES &amp; TOURS</b>	<b>1</b>					
<i>Scenic Eclipse</i>		2018	228	172	Malte	16 500

# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
<b>SILVERSEA CRUISES</b>	<b>10</b>					
<i>Silver Discoverer</i>		1989	116	100	Bahamas	5,218
<i>Silver Explorer</i>		1989	144	118	Bahamas	6,072
<i>Silver Galapagos</i>		1990	100	75	Ecuador	4,077
<i>Silver Cloud</i>		1994	254	223	Bahamas	16,800
<i>Silver Wind</i>		1995	296	222	Bahamas	17,400
<i>Silver Shadow</i>		2000	382	302	Bahamas	28,258
<i>Silver Whisper</i>		2001	382	302	Bahamas	28,258
<i>Silver Spirit</i>		2009	608	412	Bahamas	36,010
<i>Silver Muse</i>		2017	596	411	Bahamas	40,700
<i>Silver Moon</i>		2020	596	411	Bahamas	40,700
<b>STAR CLIPPERS</b>	<b>3</b>					
<i>Star Flyer</i> (voilier de luxe)		1991	170	72	Luxembourg	2 298
<i>Star Clipper</i> (voilier de luxe)		1992	170	72	Luxembourg	2 299
<i>Royal Clipper</i> (voilier de luxe)		2000	227	106	Luxembourg	5 000
<b>STAR CRUISES</b>	<b>38</b>					
<b>Crystal Cruises</b>	<b>4</b>					
<i>Crystal Symphony</i>		1995	922	545	Bahamas	51 044
<i>Crystal Serenity</i>		2003	1 070	655	Bahamas	68 870
<i>Crystal Esprit</i> (yacht)		2015	62	91	Bahamas	3 370
<i>Crystal Endeavor</i> (Mega yacht)		2019	200	200	Bahamas	25 000
<b>Norwegian Cruise Line</b>	<b>17</b>					
<i>Norwegian Spirit</i>		1998	1 966	965	Bahamas	
<i>Norwegian Sky</i>		1999	2 002	750	Bahamas	77 104
<i>Norwegian Sun</i>		2001	2 340	1 032	Bahamas	92 250
<i>Norwegian Star</i>		2001	2 348	1 031	Bahamas	91 740
<i>Norwegian Dawn</i>		2002	2 340	1 032	Bahamas	92 250
<i>Pride of America</i>		2005	2 186	927	États-Unis	80 439
<i>Norwegian Jewel</i>		2005	2 376	1 100	Bahamas	93 502
<i>Norwegian Pearl</i>		2006	2 376	1 100	Bahamas	93 502
<i>Norwegian Jade</i>		2006	2 224	1 100	Bahamas	93 558
<i>Norwegian Gem</i>		2007	2 376	1 154	Bahamas	93 502
<i>Norwegian Epic</i>		2010	4 200	1 690	Bahamas	153 000
<i>Norwegian Breakaway</i>		2013	3 963	1 657	Bahamas	145 655
<i>Norwegian Getaway</i>		2014	3 963	1 646	Bahamas	145 655
<i>Norwegian Escape</i>		2015	4 266	1 733	Bahamas	165 300
<i>Norwegian Joy</i>		2017	3 883	1 821	Bahamas	167 725
<i>Norwegian Bliss</i>		2018	4 004	2 100	Bahamas	164 600
<i>Norwegian Breakaway</i> (Breakaway-class)		2019	3 900	1 700	Bahamas	163 000
<b>Oceania Cruises</b>	<b>6</b>					
<i>MS Sirena</i> (Classe Regatta)		1999	684	400	Îles Marshall	30 277



# LE GRAND GUIDE DES CROISIÈRES 2018

Compagnie et bateau	Nombre de navires	Année	Nb passagers	Nb équipage	Pays d'enregistrement	Tonnage
<i>MS Regatta</i> (Classe Regatta)		2003	684	400	Îles Marshall	30 277
<i>MS Insignia</i> (Classe Regatta)		2003	684	400	Îles Marshall	30 278
<i>MS Nautica</i> (Classe Regatta)		2005	684	400	Îles Marshall	30 279
<i>MS Marina</i> (Classe Oceania)		2011	1 252	780	Îles Marshall	66 000
<i>MS Riviera</i> (Classe Oceania)		2012	1 250	800	Îles Marshall	66 084
<b>Regent Seven Seas Cruises</b>	<b>5</b>					
<i>Seven Seas Navigator</i>		1999	490	340	Bahamas	28 550
<i>Seven Seas Mariner</i>		2001	700	445	Bahamas	48 075
<i>Seven Seas Voyager</i>		2003	700	447	Bahamas	41 827
<i>Seven Seas Explorer</i>		2016	738	500	Îles Marshall	54 000
<i>Seven Seas Splendor</i>		2020	750	742	Bahamas	56 000
<b>Star Cruises</b>	<b>6</b>					
<i>Superstar Libra</i>		1988	1 436	740	Bahamas	42 285
<i>Superstar Pisces</i>		1990	1 170	750	Panama	40 053
<i>The Taipan</i>		1991	64	80	Panama	3 370
<i>Superstar Gemini</i>		1992	1 530	700	Bahamas	50 764
<i>Superstar Aquarius</i>		1993	1 511	1 300	Philippines	51 309
<i>Superstar Virgo</i>		1999	1 870	700	Bahamas	75 338
 <b>TUI CRUISES</b>	<b>8</b>					
<i>Mein Schiff 1</i>		2009	2 681	909	Malte	76 522
<i>Mein Schiff 2</i>		2011	1 888	909	Malte	77 713
<i>Mein Schiff 3</i>		2014	2 500	1 000	Malte	99 526
<i>Mein Schiff 4</i>		2015	2 790	1 030	Malte	99 526
<i>Mein Schiff 5</i>		2016	2 790	1 030	Malte	98 785
<i>Mein Schiff 6</i>		2017	2 790	1 030	Malte	98 811
<i>Neue Mein Schiff 1</i>		2018	2 900	780	Malte	111 500
<i>Neue Mein Schiff 2</i>		2019	2 900	780	Malte	111 500
 <b>VIKING OCEAN CRUISES</b>	<b>6</b>					
<i>Viking Star</i>		2015	930	465	Norvège	47 800
<i>Viking Sea</i>		2016	930	465	Norvège	47 800
<i>Viking Sky</i>		2017	930	465	Norvège	47 800
<i>Viking Sun</i>		2017	930	465	Norvège	47 800
<i>Viking Orion</i>		2018	930	465	Norvège	47 800
<i>Viking Jupiter</i>		2018	930	465	Norvège	47 800
 <b>WINDSTAR CRUISES</b>	<b>6</b>					
<i>Wind Star</i>		1986	148	101	Bahamas	5 307
<i>Wind Spirit</i>		1988	148	101	Bahamas	5 736
<i>Wind Surf</i>		1998	310	201	Bahamas	14 745
<i>Star Pride</i>		2014	212	151	Bahamas	9 975
<i>Star Breeze</i>		2015	212	150	Bahamas	9 975
<i>Star Legend</i>		2015	212	153	Bahamas	9 975

## CLUB MED, UNE OPTION FUTÉE POUR LES GROUPES DE SKI

Un agent de voyages rusé saura exactement quoi répondre à ses groupes d'amis et famille souhaitant s'envoler vers les plus célèbres domaines skiables de la planète, à prix abordable, sans toutefois compromettre la qualité de leur séjour : « C'est la solution Club Med qu'il vous faut! ».

Les conseillers de la marque disposent même d'une équipe dédiée au Canada, ici à Montréal, afin d'accompagner les clients tout au long de leurs démarches. Avec Club Med, les séjours de ski n'ont jamais été aussi faciles à coordonner!

### 24 VILLAGES SKI, 24 EXPÉRIENCES INÉDITES

L'offre de ski Club Med, c'est 24 villages de ski répartis dans le monde dont 20 dans les Alpes, l'une des destinations hivernales les plus prestigieuses de la planète. Club Med propose ainsi à ses skieurs une grande variété de pistes donnant une sensation de grandeur et de qualité, dotées de neige abondante.

Suffit de penser à Samoëns Morillon Grand Massif et Val Thorens Sensations, qui ont récemment ouvert leurs portes, ou encore à Arcs Extrême, qui, par ailleurs, est le seul village ski exclusivement réservé aux adultes.

Notons plusieurs nouveautés à l'horizon, dont Arcs Panorama juste à temps pour la saison hivernale 2019, un village alpin, classé 4 Tridents, doté d'un Espace 5 Tridents très moderne situé à 1 750 mètres d'altitude et connecté au réputé domaine skiable Paradiski.



Club Med Les Arcs Panorama



### UN PROGRAMME AVANTAGEUX POUR LES AGENTS

Bon à savoir : les tarifs proposés et contractés par nos agents sont des tarifs protégés. Par exemple, si un agent signe un groupe en février 2018 pour un séjour en mars 2019, le tarif reste celui qu'il a signé, même si le client ne s'inscrit qu'en juillet 2018. À noter que les séjours sont payables en \$ CAD avant le départ.

Enfin, en vendant un séjour tout compris, nos partenaires reçoivent une commission sur la prestation complète, ce qui est plus avantageux qu'un séjour à la carte. Il s'agit d'une belle opportunité de générer des revenus supplémentaires.



## TOUT COMPRIS, PAS DE SOUCIS

Choisir Club Med pour un séjour à la montagne, c'est assurer à ses clients de vraies vacances. Les forfaits tout compris Club Med comprennent l'hébergement, la restauration raffinée, le bar ouvert, les cours de glisse de tous niveaux dispensés par les meilleures écoles, les remontées mécaniques sans attente, les activités connexes comme la raquette ou l'aquaforme, l'accès aux installations bien-être, les soirées festives Club Med, et, dans une majorité des Villages, l'encadrement des enfants. Le transport se trouve lui aussi simplifié, avec des vols au départ du Canada et les transferts vers le Village Club Med. Il s'agit là d'un produit clé-en-main que les agents peuvent proposer en toute confiance. Zéro souci, que du ski.

### LYNN LEFEBVRE, THE TRAVEL NETWORK

« Mon expérience Club Med est très positive! Je sens que l'équipe de Montréal travaille avec moi pour faire de mes groupes une réussite. Club Med offre le meilleur rapport qualité/prix en ce qui concerne le ski, la question ne se pose même pas. Lorsque l'on considère le coût des remontées, des écoles de ski, des repas et des breuvages, la formule tout inclus de Club Med est très avantageuse. De plus, on travaille avec l'hôtelier directement, pas via un grossiste comme avec d'autres voyages de ski; il n'y donc pas d'intermédiaires ni de décalage horaire qui retardent les réponses. J'en suis déjà à mon troisième groupe : cette année, j'envoie d'ailleurs 113 passagers à Méribel. Mes demandes sont déjà complétées pour 2019. À ma connaissance, aucun autre produit ski n'offre un barème de commission aussi intéressant et motivant pour les agents que celui de Club Med. De plus, aucune autre marque n'a su répliquer la formule gagnante des GOs, qui nous font sentir comme si on allait passer un séjour dans leur famille. Mais le plus beau cadeau, au final, c'est de voir ses clients heureux et désireux de répéter l'expérience en emmenant leurs amis... »

## DÉSOLÉS, LES ROCHEUSES!

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, skier dans les Alpes avec la formule tout compris de Club Med est bien plus avantageux qu'un séjour à la carte en Amérique du Nord. Pour preuve, ce tableau comparatif :

Exemple comparatif des prix pour 2 adultes (7 nuits)

Destination	Club Med dans les Alpes	« À la carte » Whistler, Colombie-Britannique
Vol aller-retour	INCLUS	1 796 \$
Transfert aller-retour	INCLUS	276 \$
7 nuits dans un hôtel 4 étoiles	INCLUS	2 114 \$
Diner et souper	INCLUS	421,40 \$
Boissons alcoolisées ou non	INCLUS	86,70 \$
Forfaits remontées mécaniques (6 jours)	INCLUS	926 \$
Leçon de ski ou de planche à neige (6 jours)	INCLUS	1 640 \$
Pourboires (15 %)	INCLUS	76,20 \$
Prix pour 2 adultes	4 998 \$*	7 336 \$
Prix par adulte	2 499 \$	3 668 \$

\*pour les conditions, visitez [www.clubmed.ca](http://www.clubmed.ca), rubrique « Le tout compris à la neige »

## GROUPES SKI

### PRÉ-VENTE EXCLUSIVE

pour recevoir les meilleures  
économies possibles.

### SEJOURS GROUPES POUR L'HIVER 2019

Réservez avant le 12 mars 2018

Pour organiser vos groupes,  
contactez l'équipe « Meetings & Events by Club Med » au 1-888-567-1777, poste 4.  
[www.meetings-events-clubmed.ca](http://www.meetings-events-clubmed.ca)

# Le 101 de L'ÉVÉNEMENTIEL

Par Aurore Bonvalot

Dès ce premier numéro de 2018, nous débutons notre nouvelle rubrique « MICE », un segment des plus importants dans l'industrie du voyage. Pour trouver d'autres sources de revenus, plusieurs agences ajoutent à leur service l'organisation d'événements, un segment qui ne s'improvise pas toutefois. Notre chroniqueuse spécialiste de ce créneau vous présente ce mois-ci les bases de l'événementiel.



**D**e nos jours, il est primordial de se différencier des concurrents, d'être à l'avant-garde des nouvelles tendances et de surprendre ses clients! Alors quoi de mieux que de planifier des événements pour développer votre propre entreprise ou répondre aux besoins de vos clients.

Que ce soit pour organiser une *cruise night*, une soirée reconnaissance pour vos clients, un groupe mariage sur un navire de croisière, une retraite de dirigeants dans le Sud ou encore des activités de *team building*, le terme « événement » est large et peut englober de nombreux concepts. Mais les bases et les clés du succès demeurent les mêmes. Voici les principales :

## 1. DES OBJECTIFS CLAIRS ET DÉFINIS

Avant de vous lancer dans la planification d'un événement, posez-vous les bonnes questions :

- **Quels sont les objectifs recherchés :** génération de *leads*, passage à l'acte d'achat, collecte de fonds, notoriété?
- **Quelle est la meilleure période pour le réaliser?**
- **À qui s'adresse votre événement, quel est le profil de votre cible (hommes/femmes, famille ou célibataire, âge, intérêts, historique) ?**
- **Quel est le budget dont vous disposez (fixe et variable)?**

Bâissez-vous une charte complète avec tous les éléments faisant partie de votre événement et validez-les avec votre client (lieu, hébergement, transports, conférenciers, papeterie, activités, décoration de salle, repas, cadeaux, surprises...). Créez et suivez un échéancier serré, par semaine ou par jour. Soyez organisé et voyez à tous les plus petits détails.

## 2. MAXIMISEZ VOTRE POTENTIEL

En tant qu'agence de voyages, vous avez la possibilité d'offrir un service clé en main à votre client : non seulement vous pouvez l'accompagner dans la réservation des hôtels et des vols, mais aussi, en développant votre expertise en événementiel,

vous lui offrez la possibilité de réaliser ses activités de *team building* ou de conférences. Vous pouvez aussi prolonger un événement professionnel par un séjour de plaisir. En effet, pensez à proposer à votre client que les participants soient accompagnés de leur conjoint et/ou famille, et réservez leur séjour. Vous maximiserez ainsi vos ventes.

### 3. LA CRÉATION D'UN WOW

Il est important de faire vivre une expérience aux clients.

Vous êtes spécialisé dans la vente de croisières? Pourquoi ne pas réaliser une soirée croisière à bord d'un petit navire plutôt que dans votre salle de conférence.

Votre client veut organiser des activités de *team building* originales? Proposez-lui de les réaliser dans un resort dans le Sud, cela revient souvent moins cher que d'opter pour un site au Québec, et saura ravir ses participants.

Votre client recherche une idée pour organiser un séminaire? Faites-lui penser aux Villages Club Med et leurs nombreuses possibilités de personnalisation à l'effigie de votre client.

Vous réalisez des événements au Québec? Faites venir des experts : sommeliers, peintres, historiens, chefs cuisiniers de renom... Ils ajouteront du piquant et de l'originalité. Proposez un vidéobooth à la place d'un photobooth. Bref, surprenez vos clients en développant votre propre identité de marque événementielle.

### 4. LE CHOIX DES PRESTATAIRES DE SERVICES

Entourez-vous de prestataires renommés et de confiance. Si vous désirez les utiliser pour la première fois, demandez-leur des références de clients passés et des photos de ce qu'ils ont réalisé et de ce qu'ils proposent. Faites-vous les recommander par vos pairs ou rendez-vous à des salons et foires commerciales pour les dénicher (on vous expliquera comment dans un prochain article).

N'hésitez pas à engager un planificateur d'événements pour vous aider dans toutes ces démarches.

### 5. LA TECHNOLOGIE À VOTRE SERVICE

Tout dépendant de l'ampleur de vos événements, il peut être intéressant de vous doter de logiciels ou solutions spécialisés : bracelets intelligents permettant aux participants d'enregistrer leur carte de crédit et consommer librement, technologie utilisant les empreintes digitales permettant de payer en direct, applications mobiles, etc.

### 6. L'ART DE LA NÉGOCIATION

N'hésitez pas à demander plusieurs soumissions à vos prestataires. Regardez ce que chacun vous propose et vous offre. Négociez, tout en restant correct, et amenez votre interlocuteur à se dépasser aussi! Tenez-vous à jour des tendances et payez vos fournisseurs à temps. Tout le monde sera gagnant.

### 7. LA VALEUR DE VOTRE TRAVAIL

N'oubliez pas que vous avez une valeur! Vous êtes des professionnels et c'est la raison pour laquelle vos clients

viennent vers vous. Pour ma part, je conseille toujours mes clients sur des destinations que je connais. De cette manière, je peux facilement les mettre en confiance, leur dire la vérité et les guider vers des lieux et expériences que je connais réellement.

Aussi, n'hésitez pas à charger des frais de service pour votre travail et même des frais de repérage. Cela démontre aussi le sérieux de votre client.

### 8. L'APRÈS-ÉVÉNEMENT

Étape trop souvent oubliée ou prise à la légère, l'après-événement est essentiel. D'une part, vous devez sonder votre client pour recueillir ses commentaires, ce qu'il a aimé et moins apprécié, afin de vous améliorer pour les prochaines fois. D'autre part, vous pouvez faire un retour objectif à tous vos prestataires. Enfin, cela vous permet de boucler la boucle, et de planifier déjà avec votre client son prochain événement.

Maintenant, c'est à votre tour de vous démarquer : organisez des événements structurés, différents, thématiques, qui vont marquer l'imaginaire de vos clients comme de vos prospects. ●



**Aurore Bonvalot**

Présidente de l'agence *Collectionneurs de Voyages*, spécialisée dans l'organisation d'événements.



## LANDMANNALAUGAR, **ISLANDE**

Situé sur le bord du champ de lave de Laugahraun, Landmannalaugar abrite plusieurs montagnes et le volcan Hekla. Il y a donc beaucoup d'énergie géothermique naturelle qui se déroule sous ses rochers. Les eaux sont peu profondes et la température ne dépasse généralement pas les 40 degrés Celsius, de sorte que vous pouvez vous détendre plus longtemps sans avoir trop chaud.

---

# D'eau chaude et de froid polaire

## Se réchauffer dans ces sources thermales

Par **Christine Hogg**

*Caractérisée par une forte présence de soufre et autres sels minéraux, l'eau des sources thermales serait utilisée à des fins thérapeutiques depuis des siècles. Ces piscines naturelles sont non seulement apaisantes, mais elles permettent également à ses baigneurs de soulager les maladies cutanées ou d'atténuer certains problèmes digestifs. Réchauffez-vous cet hiver en visitant l'un de ces bains naturels thérapeutiques :*

## MAMMOTH LAKES, **CALIFORNIE, ÉTATS-UNIS**

Les sources chaudes de Mammoth Lakes, en Californie, sont situées au bord d'une caldeira volcanique qui est entrée en éruption il y a plus de 760 000 ans! Trois bains bouillonnants naturels peuvent être trouvés à Mammoth Lakes : les sources thermales de Travertin, de Benton et de Keough.

---





## PARC DE JIGOKUDANI, **JAPON**

La plupart des gens connaissent les sources d'eau chaude de Jigokudani à cause des macaques sauvages au visage rouge qui s'y baignent fréquemment. Le nom « Jigokudani » signifie en réalité « Vallée de l'Enfer », et les sources chaudes tirent leur nom de la vapeur qui s'élève des eaux.

---

## ILE DE DISKO (UNARTOQ), **GROENLAND**



Photo par : Mads Pihl pour Visit Greenland

Famille découvrant les joies des sources (vague)

Découvertes il y a des milliers d'années par les Scandinaves, les sources d'eau chaude d'Unartoq sont les seuls bassins naturels du Groenland qui soient assez chauds pour se baigner, et ils sont situés sur une île inhabitée entre Qaqortog et Nanortalik.

---



## KAMTCHATKA, **RUSSIE**

Dans l'Extrême-Orient russe, la péninsule du Kamtchatka abrite environ 160 volcans, et la célèbre vallée des geysers d'Eurasie est située en plein centre, faisant de ce petit bout de terre l'endroit idéal pour une source d'eau chaude naturelle. ●

---

# DANA GAIN

DIRECTRICE DES VENTES AU CANADA  
DE NORWEGIAN CRUISE LINE

## SUR LA MANIÈRE DE MENER SON ÉQUIPE À BON PORT

Par Blake Wolfe | Photos par Dan Galbraith



Une citation du film *Le parrain* qu'utilise Dana Gain de Norwegian Cruise Line illustre bien comment elle interprète la synergie de son équipe des ventes au Canada.

« Nous devons nous assurer que tous nos navires voguent dans la même direction », explique-t-elle. « Je pense toujours à cette phrase, pas seulement en raison du mot « navire », mais surtout parce que c'est de cette façon dont nous opérons. Nous allons effectivement dans la même direction. Si vous aviez demandé à n'importe quel membre de mon équipe, la réponse aurait été la même. »

Dana Gain a joint les rangs de NCL en tant que directrice des ventes au Canada en 2015. Cette année-là, NCL doublait la taille de l'équipe au Canada, la rendant

responsable d'une équipe s'étalant d'un océan à l'autre sans avoir de bureaux régionaux ou centraux – un rôle unique avec des exigences très distinctes.

« C'est un travail confinant : ils sont seuls, à la maison, occupés à gérer leur territoire », explique-t-elle. « Travailler de la maison a certains avantages, mais cela peut aussi contribuer au sentiment d'isolement. Il faut tout faire soi-même, ce qui ne convient pas à tous. Notre équipe est très synchronisée, nous sommes constamment en contact les uns avec les autres. C'est une ambiance très collaborative. »

Si travailler avec une équipe pancanadienne peut poser certains défis en matière de communication, les médias sociaux et les téléphones intelligents simplifient le processus.

« Nous nous textons régulièrement, à toute heure du jour ou de la nuit! », blague Dana Gain. « Nous avons un appel d'équipe tous les lundis afin de nous tenir à jour. C'est l'un des seuls moments où nous pouvons être en contact en tant que groupe. Nous avons essayé de le faire toutes les deux semaines, mais ça ne fonctionnait pas pour notre productivité ».



Au-delà de la technologie, Dana Gain attribue le succès de son équipe au « facteur confiance », qu'elle décrit aussi comme étant l'attribut le plus significatif en matière de leadership.

Elle accorde également beaucoup d'importance à la confiance en son équipe.

« Je me fie beaucoup à mon instinct. Est-ce que cela veut dire que diriger une équipe à distance est plus ardu qu'une équipe dans un bureau? Sans aucun doute. Mais je n'aime pas moins ma situation, bien au contraire. Pour moi, c'est un défi ».

Et que recherche-t-elle, hormis un joueur d'équipe? Une personne motivée, optimiste et préparée, qui viendra se jouter harmonieusement à la dynamique établie.

« L'intégrité et la synchronicité de l'équipe priment, bien au-delà des habiletés, de l'expérience et de l'intelligence. Autrement dit, est-ce que ce candidat renforcera ou déstabilisera l'équipe, selon sa personnalité? »

« Je favorise les esprits de chasseur. Je ne cherche pas à embaucher un directeur de compte; si quelqu'un se déclarait ouvertement à la recherche de ce poste, je le rayerais de la liste. Ce que je veux, c'est une personne qui ne lâchera pas tant qu'elle n'aura pas été au bout de chaque opportunité ».

Bien que les réseaux sociaux aident l'équipe à faire véhiculer le message à

l'industrie, Dana Gain soutient que rien ne remplace les interactions en face à face lorsqu'il est question des agents de voyages.

« Selon moi, il vaut mieux être en présence physique des gens autant que possible. Il faut constamment



être au-devant de leurs pensées, en les invitant à luncher, par exemple. »

« Dès que j'en ai l'occasion, je parle de mon équipe à l'industrie en les appelant « Team Canada » afin que les agents nous reconnaissent. Il est parfois difficile de savoir qui travaille pour quelle marque. Alors que chez NCL, nous nous affichons ouvertement dès le début et ça porte fruit. »

À cet effet, Dana Gain croit fortement qu'une apparence professionnelle est la clé du succès.

« L'une des premières choses que j'ai instaurées en arrivant chez NCL,

c'est le code vestimentaire : porter des tailleurs à chaque rencontre, point barre. Nous essayons de véhiculer que nous sommes sérieux dans nos démarches et que nous respectons nos partenaires d'affaires. Le tailleur évoque tout cela sans que nous ayons à dire quoi que ce soit ».

Et bien que la croissance au Canada soit positive, Dana Gain soutient que le message de NCL pour l'industrie ne change pas : le croisiériste supporte farouchement les agents de voyages qui vendent ses itinéraires aux passagers.

« Nous répondons à chaque téléphone et chaque courriel. Nous faisons tout en notre pouvoir pour développer des partenariats et régler les problèmes. Nous ne sommes peut-être pas le plus important croisiériste au Canada, mais nous entrons en contact avec l'industrie de façon novatrice et nous ne sommes pas près de ralentir. Le Canada n'est pas un marché momentanément prioritaire pour Norwegian. » ●

DESTINATIONS À DÉCOUVRIR

# Épatante Auckland

Par Fergal McAlinden | Photos par Auckland Tourism



**Si vous avez déjà fait l'ascension de la tour du CN à Toronto, vous êtes sans doute déjà familiers avec le concept du EdgeWalk, c'est-à-dire de s'aventurer en bordure du sommet pour compléter un circuit extérieur en circonférence. Mais qu'en est-il du SkyJump?**

Vous avez bien lu! À Auckland, il est possible de plonger depuis le sommet de la Sky Tower — le plus haut bâtiment de Nouvelle-Zélande — un saut en bungee que même les plus téméraires ne sont pas près d'oublier. Pourtant, la chute libre de 192 mètres n'est que l'une des nombreuses activités à forte dose d'adrénaline qui sont proposées aux visiteurs en visite dans la métropole néozélandaise.

Celle-ci est souvent citée comme l'une des plus dispendieuses au monde, mais à sa défense, Auckland récolte aussi les

honneurs en matière de qualité de vie. Cela contribue indéniablement à l'offre toujours grandissante pour les touristes, des panoramas urbains distinctifs — ponctués des emblématiques Harbour Bridge et de la SkyTower — en plus d'une myriade d'attractions incontournables, tels le zoo d'Auckland (le plus grand de Nouvelle-Zélande) et le Musée des transports et de la technologie.

Le Auckland War Memorial Museum, quant à lui, permet à ses visiteurs de comprendre l'histoire du pays d'un point de vue essentiellement militaire;

il est surtout connu pour sa géolocalisation unique, perché au centre d'un cratère volcanique du massif Pukekawa à 66 kilomètres de la capitale.

Surnommée « la ville aux voiliers », Auckland porte infiniment bien son nom, puisqu'elle propose une grande variété de sports nautiques au sein de son port. Le kayak et la voile y sont particulièrement appréciés, tandis que le waka ama — le mot néo-zélandais signifiant pirogue à balancier, un voilier typique du Pacifique — est sans contredit l'activité la plus courue tant par les locaux que les visiteurs.

Au-delà du centre névralgique d'Auckland, il y a aussi beaucoup à voir, notamment pour les jeunes



familles. À commencer par Rainbow's End : situé à Manukau, ce parc thématique haut en couleur comporte plusieurs personnages costumés en plus d'une collection grandissante de montagnes russes et autres manèges tournoyants.

L'île volcanique de Rangitoto, dans le golfe du Hauraki, comprend quelques-uns des meilleurs endroits pour faire du kayak de tout le pays en plus d'offrir des vues spectaculaires sur la silhouette urbaine d'Auckland au loin. Les amateurs de littérature et de cinéma seront quant à eux comblés par les nombreux lieux de tournages de la trilogie du Seigneur des anneaux; plusieurs excursions thématiques sont d'ailleurs offertes à partir d'Auckland chaque jour. ●



# La République dominicaine, **PAS QUE DES TOUT-INCLUS**

## *Un héritage méconnu, au-delà des plages*

Par Marie-Eve Vallières

**C'est sans grande surprise que la République dominicaine, si chère au cœur des Québécois, a enregistré des chiffres records au cours de la dernière année. Le pays ayant heureusement subi peu de dommages suite au passage des ouragans Irma et Maria à l'automne, Punta Cana a ainsi pu devenir la destination dominicaine la plus populaire auprès du tourisme de loisir avec 2,73 millions de visiteurs en 2017, qui ont engrangé une dépense touristique globale de 2,95 milliards de dollars (USD).**

Il faut également savoir que la République dominicaine, dans son ensemble, a enregistré un taux d'occupation moyen de 80 %, le plus élevé depuis 15 ans, fracassant les prouesses jusqu'ici établies.

Bien sûr, la majorité des vacanciers se rendant sur l'île d'Hispaniola y vont spécifiquement pour profiter des installations idylliques des complexes hôteliers qui font des pieds et des mains pour se distinguer les uns des autres et, ainsi, provoquer les tant attendues réservations. Piscines architecturales, parcs aquatiques, jardins luxuriants, cabanas sur la plage, spas de renommée mondiale... tous les moyens sont bons pour séduire les vacanciers en mal de repos.

Mais si certains vacanciers profitent sans retenue des siestes et séances de bronzage, d'autres se surprennent à avoir la bougeotte après quelques jours à faire du sur place. Quoi faire, donc, si l'envie d'aventure se manifeste?

Voici quelques endroits à ne pas manquer en République dominicaine qui conviendront tant aux férus de nature que de culture, d'histoire et d'émotions fortes et qui englobent l'étonnant kaléidoscope de paysages dont est doté le pays. Bonne découverte!

### **La première cathédrale du Nouveau Monde**

Située à Santo Domingo et datant de 1512, la première cathédrale du Nouveau Monde Notre-Dame de l'Incarnation (en espagnol : Catedral Nuestra Señora de la Encarnación) est la plus ancienne en Amérique; elle se trouve d'ailleurs dans le quartier dit « colonial », reconnu au patrimoine mondial de l'UNESCO. Les visiteurs seront éblouis par son architecture gothique et ses portes en acajou vieilles de 500 ans et y découvriront les vestiges de la tombe de Christophe Colomb. Elle sert même de quartier général au corsaire anglais Sir Francis Drake lors du tristement célèbre pillage de Saint-Domingue.

### **Le téléphérique de Puerto Plata**

Une des excursions les plus populaires à Puerto Plata est la balade à bord du téléphérique. Une vue panoramique sur la ville, l'océan Atlantique et sur l'impressionnante statue de Jésus-Christ attend les aventuriers à leur arrivée au sommet du mont Isabel de Torres à 823 mètres d' hauteur. Le tout pour moins de 8 \$ – une vraie aubaine pour les amateurs de photographie!

### **Le village d'Altos de Chavón**

Altos de Chavón est une réplique d'un village méditerranéen typique du 16<sup>e</sup> siècle, situé en amont de la rivière Chavon près de La Romana. Le bourg comprend un centre culturel, un musée archéologique, des dizaines de boutiques d'artisanat traditionnel ainsi qu'un amphithéâtre de style romain pouvant accueillir 5 000 spectateurs; y sont présentés une grande variété de productions datant bel et bien



du 20<sup>e</sup> siècle, ayant présenté des artistes, tels Frank Sinatra et Santana.

### La cascade El Limón

Située à 20 minutes de Samana, cette chute d'eau spectaculaire et haute de 40 mètres est nichée au creux de la forêt tropicale pour une expérience en symbiose avec la nature. Elle n'est accessible qu'à la conclusion d'une longue mais agréable randonnée dans un paysage miraculeusement intouché par l'intervention humaine.

### Le Parc national Los Haitises

Doté d'un accès routier limité, le Parc national de Los Haitises, au nord-est de la République dominicaine, est devenu une destination écotouristique populaire où la plupart des visiteurs se rendent par bateau. Ce parc national enchanteur, dont le nom « los haitises » signifie en langue taïno « zone montagneuse », abrite une faune unique d'oiseaux ainsi que de nombreuses espèces endémiques, indigènes et migratrices qui ne se trouvent nulle part ailleurs au pays. Les plus aventureux seront sans doute attirés vers le dédale de grottes et cavernes interreliées et abritées par de denses mangroves.



### Les cascades de Damajagua

Souvent citées comme l'une des attractions les plus cool de République dominicaine, les 27 cascades d'eau de Damajagua offrent une véritable incursion au cœur de la riche nature caribéenne. Randonnée, nage, plongée, escalade, tous les muscles seront sollicités au cours de cette expédition d'une durée de quatre heures. Il va sans dire qu'une bonne forme physique est nécessaire pour atteindre la destination, mais les efforts seront largement récompensés lorsque viendra le temps de se jeter dans une rafraichissante piscine à l'eau cristalline naturellement formée par l'érosion.

### Les dunes de Bani

S'agissant des plus imposantes de tous les Caraïbes, les dunes de Bani, dans la péninsule de Las Calderas, sont dotées d'une flore unique qui

diffère considérablement du reste du pays, étonnant pour une région autrement connue pour ses prospères plantations de bananiers et caféiers. Les vagues dorées de Bani, dont la silhouette change au gré des vents, s'étalent sur plus de 15 kilomètres et certaines atteignent même les 35 mètres de hauteur.

### Les Alpes dominicaines

Les massifs montagneux de Constanza ne sont peut-être qu'à quelques 80 kilomètres du chahut de Saint-Domingue, mais autant dire qu'il s'agit d'un autre univers. Dominée par la Cordillera Central s'élevant à 1 200 mètres, la vallée est située au centre géographique de la République dominicaine et possède certains des plus jolis panoramas au pays. Elle porte drôlement bien son surnom des « Alpes suisses des Caraïbes »! ●

## COMMENT CHOISIR ENTRE

# Cancún, Cozumel et la Riviera Maya?

## Trois destinations à voir sur la Côte Est mexicaine

Par Marie-Eve Vallières

Trois endroits attrayants, tous pourvus de complexes hôteliers aussi luxueux qu'accueillants et bordés par l'une des plus jolies côtes du continent : au Mexique, c'est tout un défi de choisir où poser ses valises pour une semaine de vacances!

Voici, en bref, les particularités, avantages et inconvénients de chacune de ces stations balnéaires si le doute vous assaille.

### Cancún

Située à seulement quelques minutes en taxi de l'aéroport international, la zone hôtelière de Cancún est davantage destinée aux vacanciers souhaitant se trouver au cœur de l'action. Ici, les boîtes de nuit pullulent et se multiplient, pour le plus grand bonheur des fêtards à petit budget... et en petite tenue.

En effet, les hôtels qui ponctuent la presqu'île cancenienne s'adressent à une foule jeune et jolie qui aime festoyer sans lendemain (mais pas exclusivement, puisqu'on y trouve aussi quelques hôtels grand luxe et familiaux). Bon nombre d'hôtels accueillent DJ, danseurs et spectacles à grand déploiement afin de séduire cette clientèle particulière propice à tous les excès.

De plus, Cancún est la vache à lait de l'industrie du tourisme au Mexique depuis plus de 40 ans et exerce peu de subtilité lorsque vient le temps d'inciter touristes et vacanciers à dilapider leurs pesos sur des expériences américanisées. Ainsi, les tentations (boutiques, restaurants, clubs, casinos, etc.) sont multiples et nombreuses sur toute la zone hôtelière.

**Bon à savoir :** pour se déplacer au sein de la zone hôtelière de Cancún sans avoir à déboursier pour un taxi ou un Uber, il suffit d'utiliser le bus. Pratiques et abordables, les bus, qui sont pour la plupart climatisés, opèrent régulièrement et un passage ne coûte que 10 pesos (moins de 1 \$ CAD).

**Les plus :** impossible de s'ennuyer, beaucoup d'animation, proximité des grands magasins et des boîtes de nuit, restauration variée.

**Les moins :** peu d'authenticité, foules parfois imposantes, proximité aux potentiels problèmes de cartels, plages bondées.





## Cozumel

Au large de la fourmilière qu'est Playa del Carmen se trouve une vaste île de 477 kilomètres carrés dénommée Cozumel (« terre des hirondelles » en maya yucatèque) où il fait bon prendre son temps, idéalement les deux pieds dans l'eau cristalline. L'ambiance y est insulaire et décontractée, d'autant plus que les hôtels sont de taille plus modeste qu'ailleurs dans l'état du Quintana Roo; c'est donc une destination idéale pour les vacanciers préférant les complexes et foules à l'échelle humaine.

Petit paradis terrestre, Cozumel a même été reconnue officiellement au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2016 au titre de réserve de biosphère. Pas étonnant, donc, qu'elle porte fièrement le titre de « meilleur endroit pour la plongée sous-marine au monde » depuis que Jacques Cousteau y a mis les pieds – ou plutôt les palmes! – en 1961, notamment en raison du courant, plus paisible qu'ailleurs sur la côte continentale, et de la présence de la deuxième plus grande barrière de corail de la planète.

**Bon à savoir :** les hôtels de Cozumel se trouvent tous, à quelques exceptions près, sur la côte ouest faisant face à la Riviera Maya, en faisant ainsi l'un des seuls endroits de la région pour admirer les couchers de soleil.

**Les plus :** isolement des grandes zones touristiques, plages sublimes, beaucoup de sites de plongée sous-marine.

**Les moins :** accès à l'île parfois complexe, infrastructure hôtelière souvent démodée ayant mal résisté au passage du temps, beaucoup de marketing touristique destiné aux croisiéristes en raison du port d'escale.

## Riviera Maya

Reconnue à travers le monde pour ses longues étendues de sable blanc, ses eaux turquoise et l'exclusivité de ses établissements, la Riviera Maya est destinée aux vacanciers exigeant la crème de la crème tant au niveau de la restauration, des installations que du service et des commodités. S'y trouvent donc des spas de renommée mondiale, des centres pour enfants avec éducatrices spécialisées, des restaurants 5 Diamants et des suites plus vastes encore que les maisons de la plupart des voyageurs y séjournant.

L'un des autres facteurs favorisant la Riviera Maya par rapport à Cancún et Cozumel est sans doute la panoplie d'options offerte aux excursionnistes : des ruines mayas telles Tulum aux nombreuses cénotes de la région sans oublier les spectaculaires sites de plongée, il est possible de compléter les longues périodes de *farniente* avec une ou deux journées au cœur de la culture mexicaine.

**Bon à savoir :** il y a beaucoup à voir et à faire sur la Riviera Maya et les excursionnistes avérés devraient considérer l'expédition d'une journée vers Chichén Itzá. Avec son emblématique pyramide El Castillo, l'ancienne cité n'est située qu'à deux heures de la Riviera Maya; plusieurs entreprises offrent des services de transport aller-retour desservant les hôtels et complexes de la région.

**Les plus :** hôtels ultras sécuritaires, fine pointe de la technologie et du design, plages calmes et spacieuses.

**Les moins :** tarifs plus élevés, complexes de très grande taille parfois difficiles à explorer, accès difficile aux boutiques et restaurants à l'extérieur du complexe hôtelier. ●

# L'ARC-EN-CIEL SE POSE SUR TRINIDAD

## LA MYTHIQUE CITÉ CUBAINE EXPOSE SES COULEURS

Par Marie-Eve Vallières

Unique en son genre, Trinidad, dans le centre-sud de Cuba, est l'une des seules cités coloniales de l'ère espagnole à n'avoir subi à peu près aucune altération depuis 1850. Le temps s'y est, pour ainsi dire, arrêté et rien ne laisserait présager quoi que ce soit du présent hormis les quelques touristes curieux qui s'y aventurent, caméra à la main.

Fresques italiennes, pourtours aux détails complexes et chandeliers français sont la norme dans ce village reconnu par le patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1988. De part et d'autre de la vibrante Plaza Mayor, les longues avenues de briques aux façades vitaminées, bordées de voitures américaines des années 50, abritent vieillards jouant aux dés et bambins sautant à la corde à danser. Une vraie carte postale cubaine!

La vue d'oiseau sur le centre historique depuis le toit du Palacio Cantero, aussi appelé Musée historique municipal, vaut particulièrement le détour... d'autant plus que l'accès est totalement gratuit!

Certains voyageurs expérimentés considèrent Trinidad comme le plus joli musée à ciel ouvert de tout Cuba, dont l'ambiance est agrémentée de troubadours et de guajiros, ces paysans particulièrement doués pour chanter la sérénade et charmer les visiteurs.

Les bâtiments richement ornés et colorés de tous les tons de l'arc-en-ciel ne sont pas le fruit du hasard ou du simple bon goût. C'est plutôt en raison de l'imposante fortune amassée par les marchands de sucre locaux au tournant du 19<sup>e</sup> siècle à partir des 75 denses plantations de la Valle de los Ingenios; il ne faut pas rater la tour Manaca-Iznaga qui, autrefois, du haut de ses 45 mètres, activait ses lourdes cloches pour signifier le début et la fin de la longue journée de travail dans les manufactures de la vallée. Par temps clair, on peut d'ailleurs y apercevoir Trinidad depuis le sommet en plus d'innombrables vestiges. D'un point de vue historique, la vallée est particulièrement intéressante puisque sa notoriété et sa fortune n'ont été rendues possibles que par l'emploi de 30 000 esclaves.





Pour une journée vraiment complète, il ne faut pas manquer Playa Ancón, à quelques kilomètres de là, l'une des plus jolies de la côte méridionale. Un taxi depuis Trinidad ne coûte qu'une quinzaine de dollars et permet aux amoureux du soleil de faire l'expérience des plages cubaines hors zone hôtelière dans une région méconnue des vacanciers.

Au gré des routes, peu importe la direction que l'on prend, il est par ailleurs impossible de rater les huttes de paille et de bois où sont séchées les feuilles de tabac dans la plus pure tradition cubaine.

Les plus montagnards se dirigeront plutôt, quant à eux, du côté des massifs de la Sierra del Escambray où pullulent cascades d'eau et sentiers de randonnée; le Pico San Juan s'élève d'ailleurs à presque 1 000 mètres, surplombant tout le centre de Cuba. Topes de Collantes, une réserve naturelle où s'épanouissent une faune et flore luxuriante en raison des vents humides provenant de l'Atlantique, mérite également que l'on s'y attarde quelques heures. S'y trouve un centre touristique pourvu de guides expérimentés, avides de partager leur amour des étonnantes montagnes cubaines. ●

# LES MILLÉNNIAUX ET VOTRE MIX MARKETING

Par Frédéric Gonzalo

**V**ous en avez certainement entendu parler : les milléniaux. Mais qui sont-ils ? Pourquoi l'industrie touristique en parle jusqu'à plus soif ? Et surtout, en quoi cela vous concerne-t-il ?

Une définition d'abord : les milléniaux sont nés entre 1980 et 2000, donc on parle grosso modo de la génération des 18-35 ans. Depuis 2016, ils représentent le plus important segment démographique à l'échelle nord-américaine, ayant dépassé en nombre les Boomers (génération née entre 1946 et 1964). Plus pertinent encore, on estime que depuis 2017 les milléniaux représentent le bassin de clientèle hôtelière le plus important aux États-Unis !

### UNE GÉNÉRATION NUMÉRIQUE

Pour les milléniaux, le Web et les médias sociaux ne sont pas une nouvelle réalité : comme Obélix, ils sont tombés dedans dès l'enfance ! On observe ainsi une plus forte propension à utiliser les ressources numériques que pour la génération X ou les boomers. En effet, selon une étude publiée par Expedia Media Solutions en 2017 :

- **85 % des milléniaux vérifient plusieurs sites Web hôteliers** à la recherche du meilleur prix.

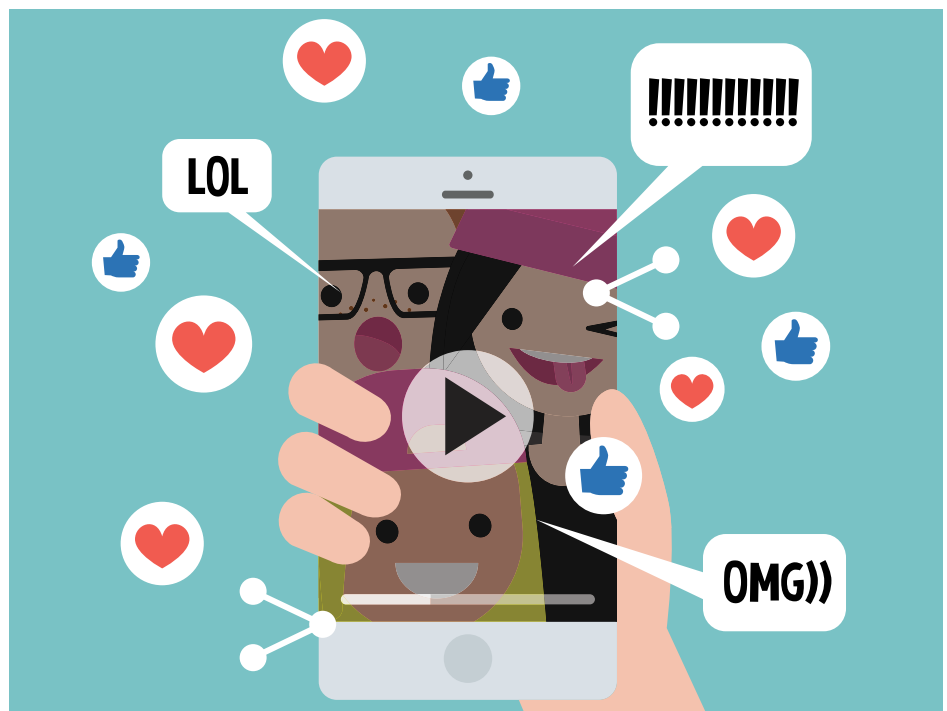
- **82 % des milléniaux considèrent les sites de commentaires comme importants** dans leur prise de décision.
- **74 % des milléniaux** font leur recherche de voyage à partir d'un appareil mobile.
- **49 % des milléniaux font leur achat (transaction)** de voyage à partir d'un appareil mobile.

Trois études parues récemment démontrent que les milléniaux ont encore plus tendance à utiliser les services d'un agent de voyages. Selon un sondage effectué par MMY Global, 33 % des répondants de la génération Y (milléniaux) ont dit vouloir faire affaire avec un agent de voyages au cours des deux prochaines années, soit près de deux fois plus que pour les répondants de la génération X (17 %) et même les boomers (18 %).

Bref, ce n'est pas parce qu'ils sont adeptes du Web et des médias sociaux qu'ils négligent pour autant la valeur ajoutée que peut leur apporter un conseiller en voyages.

### UNE GÉNÉRATION MOBILE

Oui, on sait également que les milléniaux sont particulièrement accros à leur téléphone intelligent, même si cette caractéristique ne leur est pas unique



– jeunes et moins jeunes font de même, n'est-ce pas? Ainsi, on voit de plus en plus de marques touristiques – lignes aériennes, hôtels, compagnies de location de voitures, lignes de croisière – utiliser les applications mobiles telles Instagram, Messenger, WhatsApp ou même Snapchat pour interagir avec cette clientèle.

### Quelques autres statistiques à savoir :

- Plus d'un millénaire sur deux a publié des photos ou vidéos de voyage sur les médias sociaux en 2017. Pour les autres générations, cette proportion n'est que de 1 sur 3.
- Trois millénaires sur quatre ont téléchargé des applications mobiles de voyage sur leur téléphone, contre 1 sur 2 pour les non-millénaires.
- Plus d'un millénaire sur deux utilise les kiosques d'enregistrement ou options de *self check-in* et *checkout*, versus moins de 1 sur 5 pour les non-millénaires.

Une présence dynamique et active sur les médias sociaux clés (Facebook, Instagram, TripAdvisor) vous aidera pour un positionnement favorable auprès de cette clientèle. On voudra ainsi miser sur de la publicité Facebook afin de cibler les voyageurs potentiels, surtout en plein hiver alors que plusieurs rêvent de soleil et sable chaud, par exemple.

Assurez-vous également d'avoir un hashtag principal à communiquer sur vos divers médias sociaux, question de monitorer les conversations et contribuer à un plus fort

*storytelling* de votre agence ou destination.

### UNE GÉNÉRATION FIDÈLE... MAIS À SA MANIÈRE!

Enfin, certains avancent (à tort) que cette génération est plus frivole, moins fidèle quant à ses habitudes de consommation. Or, plusieurs études démontrent le contraire... même s'il importe de mettre les chiffres en contexte. Par exemple :

- Quatre millénaires sur cinq seront prêts à partager des informations privées (adresse courriel ou autre), si cela permet des recommandations de voyages personnalisées selon leurs intérêts et budgets.
- Un millénaire sur deux sera prêt à donner ses coordonnées à une agence de voyages en ligne en échange de promotions exclusives ou offres spéciales.
- Plus d'un millénaire sur deux s'est récemment inscrit à un programme de fidélité car le processus d'enregistrement était simple!

Vous devriez chercher à obtenir les coordonnées de votre clientèle, ne serait-ce que pour leur envoyer des infolettres et offres promotionnelles exclusives. Pourquoi ne pas donner un rabais instantané (10 %) ou une valeur ajoutée – sac voyage, assurance, etc. – dès l'inscription? Assurez-vous également



Source : IMI Marketing

que votre formulaire soit simple à remplir et *mobile-friendly*. Saviez-vous que sur Facebook, on peut même créer des formulaires avec les champs « nom » et « adresse courriel » déjà remplis?

Comme on peut le constater dans l'infographie ci-jointe, les millénaires sont certainement un public cible à considérer dans votre mix marketing en 2018, si tel n'est pas encore le cas! ●



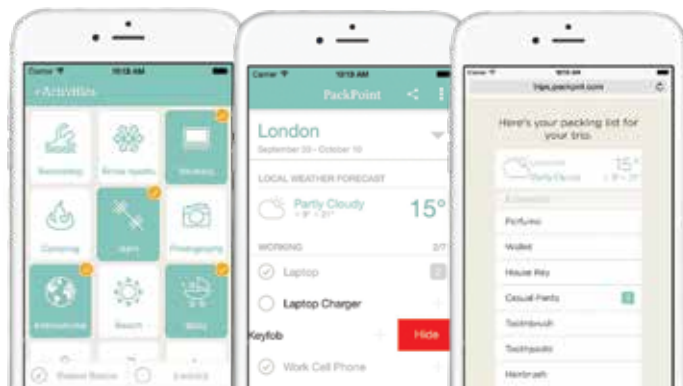
**Frédéric Gonzalo**

Conférencier et consultant,  
marketing numérique



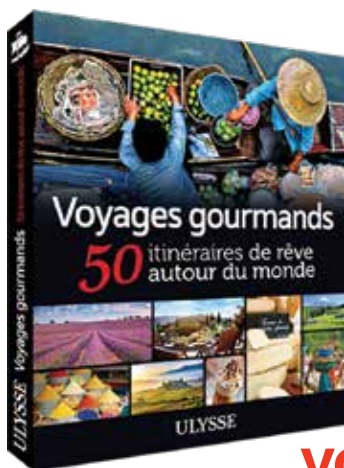
## ZAUO, NEW YORK ÉTATS-UNIS

La chaîne japonaise Zauo va s'implanter prochainement à New York. Jusque-là, rien de bien excitant. Sauf que ce restaurant permettra à ses clients de littéralement pêcher leur propre repas. Ce restaurant s'ouvrira sur trois étages dans Chelsea et les clients des deux premiers étages pourront acheter des appâts et lancer une ligne dans un aquarium rempli d'une dizaine de types de poissons. Il suffira ensuite de tendre sa prise du jour au personnel qui le cuisinera selon ses envies. Une idée fraîche!



## POUR NE PLUS RIEN OUBLIER DANS SA VALISE

PackPoint est une application qui permet aux voyageurs de ne plus rien oublier quand vient le temps de faire leurs valises. PackPoint vous indique ce que vous devez emporter en fonction de la durée du voyage, de la météo à votre destination et des activités prévues durant votre voyage. Saisissez la ville où vous vous rendez, la date de départ et le nombre de nuits que vous y passerez et il n'y aura plus qu'à suivre la liste des affaires à ne surtout pas oublier. Vraiment utile!



## VOYAGER AVEC DÉLECTATION

Le voyage et la gastronomie sont deux thèmes renvoyant souvent à des images de plaisir instantané. Alors, pourquoi ne pas faire les deux en même temps? Le livre parfait pour trouver l'inspiration est certainement le nouveau *Voyages gourmands - 50 itinéraires de rêve autour du monde* d'Ulysse qui vous invite à vivre des moments uniques, comme la visite des marchés flottants du delta du Mékong ou des châteaux et vignobles du Bordelais; la découverte de la gastronomie innovatrice de la Côte ouest-américaine ou encore de la cuisine de rue à la new-yorkaise; l'exploration des souks marocains, mais aussi des marchés typiques de Toscane.

# De belles TROUVAILLES

## UN GLOBE À PUNAISER

Exit la carte du monde peu esthétique en plein milieu de votre salon. Voici le globe en liège où vous pourrez indiquer, à l'aide de punaises, les endroits que vous avez déjà visités en voyage ou ceux où vous souhaitez vous rendre.

Piquez les épingles dans les endroits visités ou planifiez vos futurs voyages. Disponible en formats de 5,5 pouces et 10 pouces de diamètre, il trônera avec style dans votre foyer.



# OFFRE DE CRÉDIT DE BORD

Recevez  
jusqu'à 150\$USD  
en crédit de bord<sup>1</sup>

PAR CABINE

Certains départs du 25 mars  
au 15 décembre 2018

Réservez d'ici le 31 mars 2018



## EMBARQUEZ À BORD DU NOUVEAU MSC SEASIDE ENTIÈREMENT AVANT-GARDISTE DEPUIS MIAMI ET SILLONNEZ LES CARAÏBES

Le *MSC Seaside*, avec sa conception emblématique, est équipé d'un atrium en verre, de 2 passerelles uniques en verre qui s'étendent au-delà du bastingage, ainsi que d'un pont avec la vue sur la mer la plus extraordinaire qui soit. Faites-vous bronzer ou dévorez un livre sur notre terrasse élargie surplombant la mer ou, si vous êtes à la recherche de quelque chose de plus téméraire à faire, accédez au pont supérieur du navire pour profiter des 2 plus longues tyroliennes en mer.

Tentez votre chance dans l'atmosphère grisante de notre casino et profitez de nos animations d'envergure mondiale style Broadway 6 soirs sur 7.

Faites-vous dorloter avec un massage exotique dans le plus grand spa balinaise en mer, à bord du *MSC Seaside*, soupez dans les trois restaurants de renommée mondiale sous la direction du chef pan-asiatique Roy Yamaguchi ou essayez notre cuisine internationale dans n'importe quel de nos restaurants exceptionnels.

**Le *MSC Seaside* est le dernier venu au sein de la flotte de 14 navires qui sillonnent les flots vers plus de 150 destinations à travers le monde.**

### LIGNE DE CROISIÈRES NO 1 EN EUROPE ET EN AMÉRIQUE DU SUD

Demandez «CAN FALL PROMO» au moment de la réservation. L'offre s'applique aux réservations individuelles effectuées uniquement du 10 octobre 2017 au 31 mars 2018. Il n'est pas permis d'annuler et de réserver à nouveau. Réservations de groupes exclues. Valable sur certains départs du 25 mars au 15 décembre 2018 à bord des: *MSC Divina*, *MSC Seaside*, *MSC Fantasia*, *MSC Seaview*, *MSC Musica*, *MSC Poesia*, *MSC Sinfonia*, *MSC Magnifica*, *MSC Meraviglia* et *MSC Preziosa*. 1. Le crédit de bord est en USD, par cabine comme suit: 25\$ par personne - cabine intérieure et vue mer II, I2, IW, O1, O2 et OW (max. 50\$ par cabine); 50\$ par personne - cabine avec balcon B1, B2, BW, FLA et FLP (max. 100\$ par cabine); 75\$ par personne - Aurea B3 et catégories supérieures (max. 150\$ par cabine). Le crédit de bord n'est ni monnayable ni transférable et sera nul à 22h, la dernière nuit de la croisière. Rabais cumulables: un des rabais suivants peut être ajouté: *MSC Voyagers Club*, Militaire, Interligne. Valable pour les résidents du Canada et des É.-U. L'offre ne peut être jumelée à aucune autre offre ni promotion. L'offre est sous réserve de disponibilité et peut être retirée en tout temps sans préavis. D'autres restrictions peuvent s'appliquer. Toutes références à *MSC Croisières*©2018 *MSC Croisières*. Tous droits réservés. Les navires battent pavillon panaméen. Pour toutes les modalités et conditions, consultez [www.travelbrandsagent.com](http://www.travelbrandsagent.com) ou communiquez avec nous.



PAS N'IMPORTE QUELLE CROISIÈRE

2515590 Ontario Inc - d.b.a © 2018 **Croisières Encore**. Permis de la C.-B. n° 3597. Permis de l'Ontario n° 50012702. Titulaire d'un permis du Québec n° 703 343. 300-1257, rue Guy, Montréal, Qc H3H 2K5. | A7909

Réservez dès aujourd'hui! Visitez [AccesTravelBrands.com](http://AccesTravelBrands.com) ou appelez au 1 844 5 TBrand.



Réservez. Récoltez des points. Récompensez-vous dès aujourd'hui!



Rejoignez notre groupe Facebook  
Recherchez "Vos Représentants Voyages TravelBrands"



Votre tout-en-un Accès au monde!  
Visitez [accestravelbrands.com](http://accestravelbrands.com)  
ou appelez **1-844-5-TBRAND**  
8 2 7 2 6 3



# PARTEZ POUR TOKYO

Nouveau service sans escale assuré toute l'année  
proposé à compter du 1er juin 2018.

Vos clients peuvent maintenant découvrir les néons de Shinjuku, jetez un oeil à la mode colorée de la rue à Harajuku, et dégustez des sashimis avec du saké dans un izakaya traditionnel à Shimbashi. À compter du 1er juin 2018, Air Canada exploitera des vols directs assurés toute l'année entre Tokyo et sa plaque tournante de Montréal. Cette liaison sans escale sur la capitale du Japon s'ajoute aux vols à destination de Tokyo assurés au départ de Toronto, Vancouver et Calgary.

En savoir plus au [aircanada.com/agents](http://aircanada.com/agents)



Élu meilleur transporteur  
aérien en Amérique du Nord



**AIR CANADA**

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE 