



TURISMO DE CRUZEIROS
ANÁLISE E TENDÊNCIAS



Eduardo Cabrita
Director Geral da MSC Cruzeiros Portugal



Panorâmica geral da indústria de cruzeiros



MSC
CRUZEIROS

Tendências de Mercado Clia Industry Outlook - 2015

CLIA CRUISE INDUSTRY OUTLOOK — 2015 —

CLIA GLOBAL FLEET

421
Ships

270 Ocean
151 River



482,000
Beds

More Than **\$4** Invested in
BILLION New Ships¹

22
New Ships

6 Ocean
16 River



20,000
New Beds



23
MILLION
CLIA Ocean
Passenger
Volume³

CONSUMER CRUISE TRENDS



Experiences
to Remember



Stay
Connected



Travel
in Packs



Celebration
& Group Travel



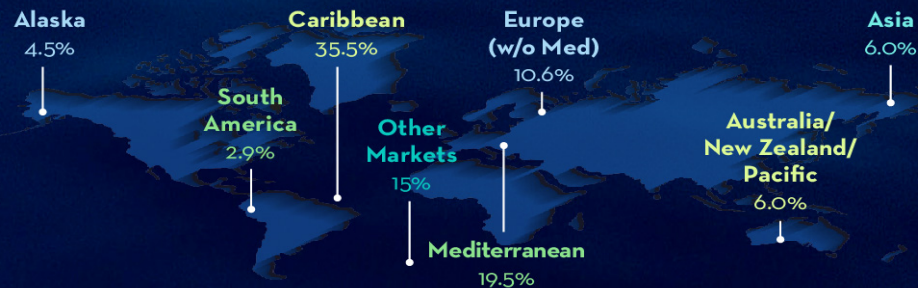
Love a
Theme



Foodcations

CRUISE CAPACITY DEPLOYMENT

% of Available Bed Days Scheduled²



¹ As identified through December 19, 2014

² Scheduled as of September 30, 2014

³ Projected as of January 27, 2015

As 7 Tendências para 2015

- 1. Os viajantes vão continuar a realizar cruzeiros** – os cruzeiristas estão bastante satisfeitos com as experiências realizadas em cruzeiros anteriores:
 - 62% são cruzeiristas repetentes
 - 69% classificaram a experiência de um cruzeiro melhor do que férias em terra
 - o volume passageiros previsto aumentar para 23 milhões em 2015 – aumento de 4% relativamente às estimativas de 2014 (22,1 milhões paxs)

- 2. O tamanho não importa** – há 6 anos atrás o maior navio do mundo foi apresentado com uma capacidade para 6,300 passageiros. Em 2015 estão previstos ser entregues 22 novos navios de cruzeiro (oceano, rio e especialidade) e o focus é cada vez menos o tamanho mas o design exclusivo e as instalações

3. Os cruzeiros de especialidade continuam a crescer – navios sofisticados, yachts de luxo, linhas elegantes e os mais recentes navios fluviais continuam a ter um crescimento de passageiros a dois dígitos

4. As Caraíbas continuam a ser o destino mais procurado – a região das Caraíbas continua a ser a mais procurada na indústria dos cruzeiros com **mais de 1/3 da capacidade de posicionamento da quota global de mercado**. Cruzeiristas estão a expandir horizontes:

- crescimento do Mediterrâneo, Ásia e Austrália como destinos
- em 2015, **52 navios** vão oferecer 1.065 cruzeiros Asiáticos com capacidade para **2,17 milhões de passageiros**

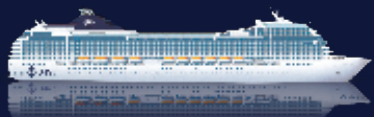
5. **Novos locais e experiências** – as companhias de cruzeiro oferecem cerca de 1000 portos em todo o mundo

6. **Os agentes de viagem são importantes** – os TAs continuam a ser a melhor maneira de reservar um cruzeiro: 70% dos cruzeiristas fazem a sua reserva através de agências de viagem

7. **Os passageiros como prioridade** – os clientes estão em controlo, mais que nunca. A indústria dos cruzeiros está a dar resposta às necessidades dos passageiros com inovações chave como é o caso do Wi-Fi e ligações telefónicas, cruzeiros temáticos, spas, 'cigar lounges', 'food and wine vacations', entre outros.

Tendências de Mercado

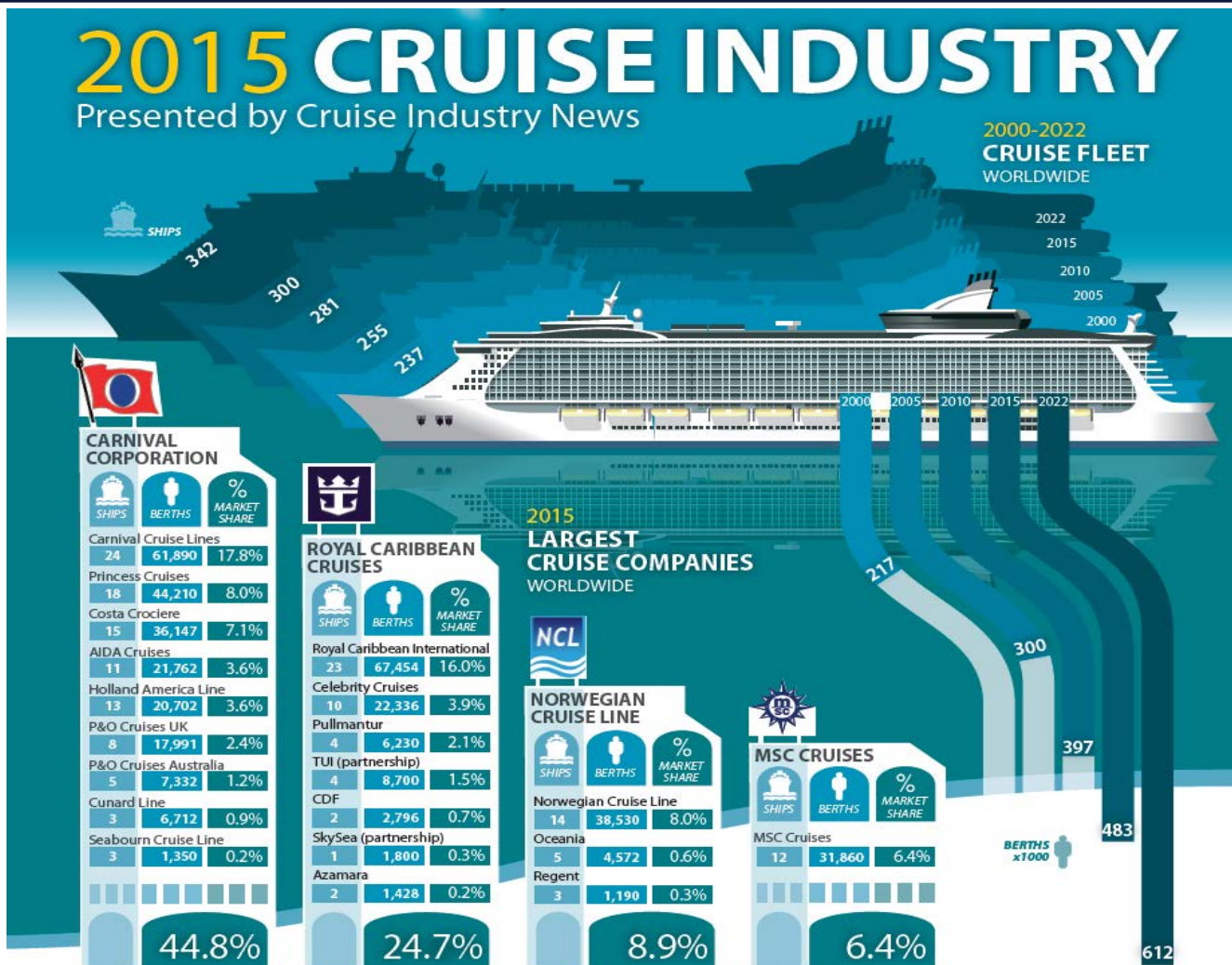
- Rápido crescimento do mercado;
- Expansão no número de navios e companhias existentes;
- Mudanças nos mercados-alvo;
- Novos tipos de produtos, para atender a necessidades de outros segmentos;
- Crescente preocupação com o ambiente e sustentabilidade.



2015 CRUISE INDUSTRY

Presented by Cruise Industry News

2000-2022
CRUISE FLEET
WORLDWIDE



CARNIVAL CORPORATION

	SHIPS	BERTHS	% MARKET SHARE
Carnival Cruise Lines	24	61,890	17.8%
Princess Cruises	18	44,210	8.0%
Costa Crociere	15	36,147	7.1%
AIDA Cruises	11	21,762	3.6%
Holland America Line	13	20,702	3.6%
P&O Cruises UK	8	17,991	2.4%
P&O Cruises Australia	5	7,332	1.2%
Cunard Line	3	6,712	0.9%
Seabourn Cruise Line	3	1,350	0.2%

44.8%

ROYAL CARIBBEAN CRUISES

	SHIPS	BERTHS	% MARKET SHARE
Royal Caribbean International	23	67,454	16.0%
Celebrity Cruises	10	22,336	3.9%
Pullmantur	4	6,230	2.1%
TUI (partnership)	4	8,700	1.5%
CDF	2	2,796	0.7%
SkySea (partnership)	1	1,800	0.3%
Azamara	2	1,428	0.2%

24.7%

2015 LARGEST CRUISE COMPANIES WORLDWIDE



NORWEGIAN CRUISE LINE

	SHIPS	BERTHS	% MARKET SHARE
Norwegian Cruise Line	14	38,530	8.0%
Oceania	5	4,572	0.6%
Regent	3	1,190	0.3%

8.9%



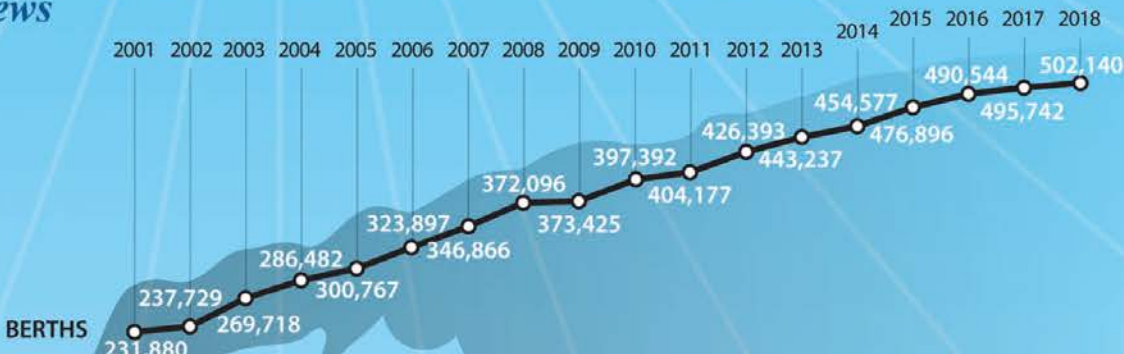
MSC CRUISES

	SHIPS	BERTHS	% MARKET SHARE
MSC Cruises	12	31,860	6.4%

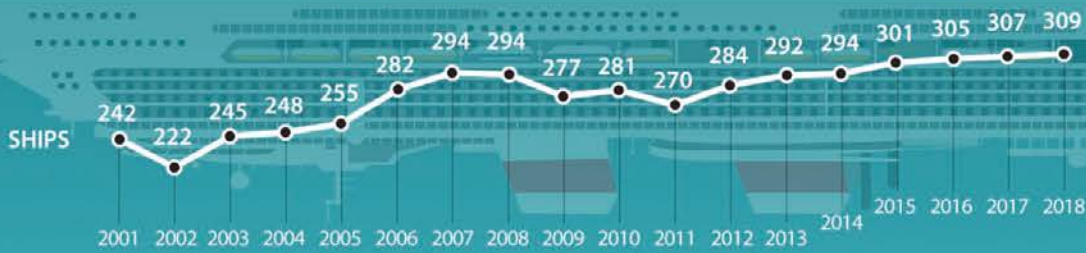
6.4%

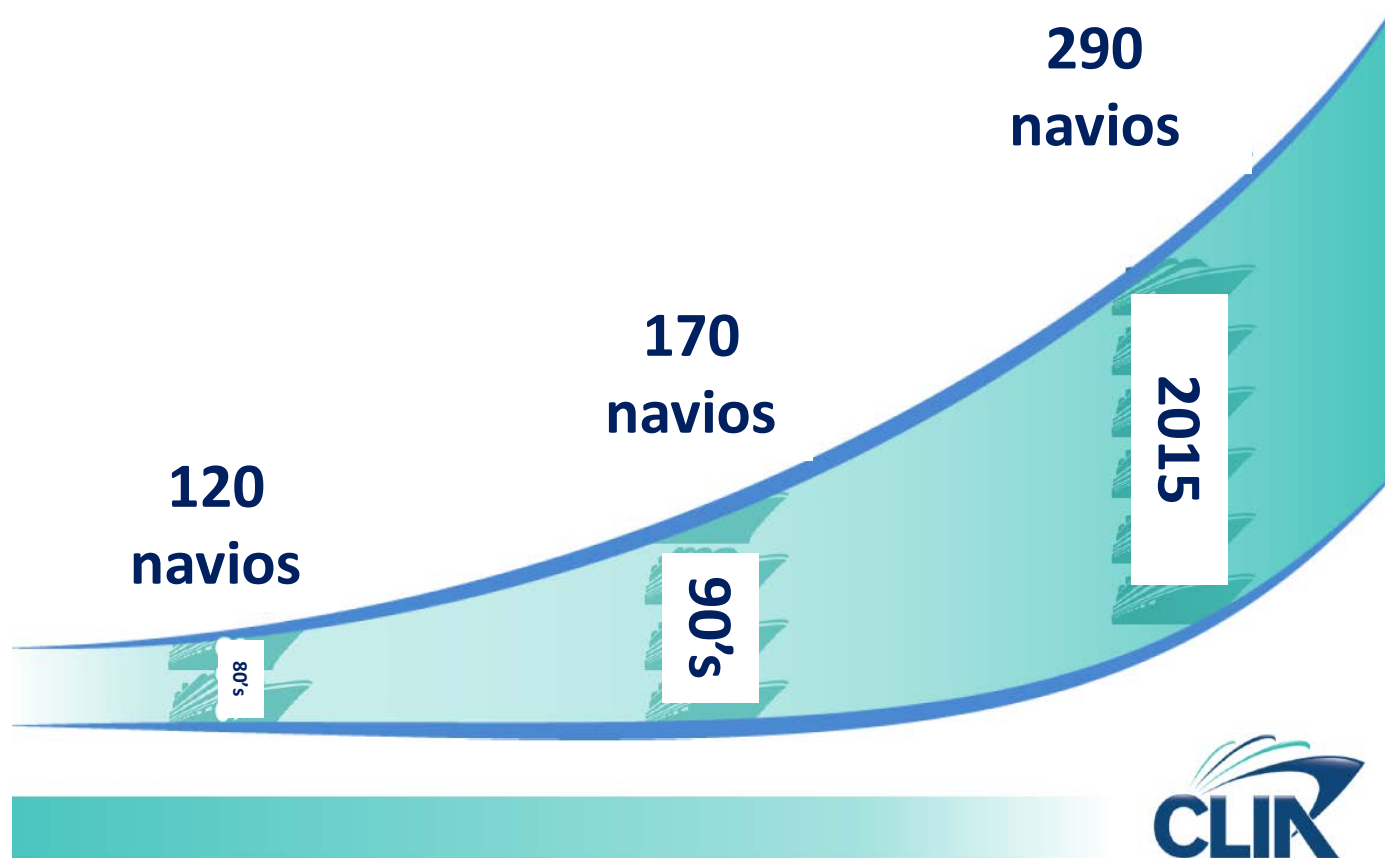
Presented by Cruise Industry News

CRUISE FLEET WORLDWIDE 2001-2018

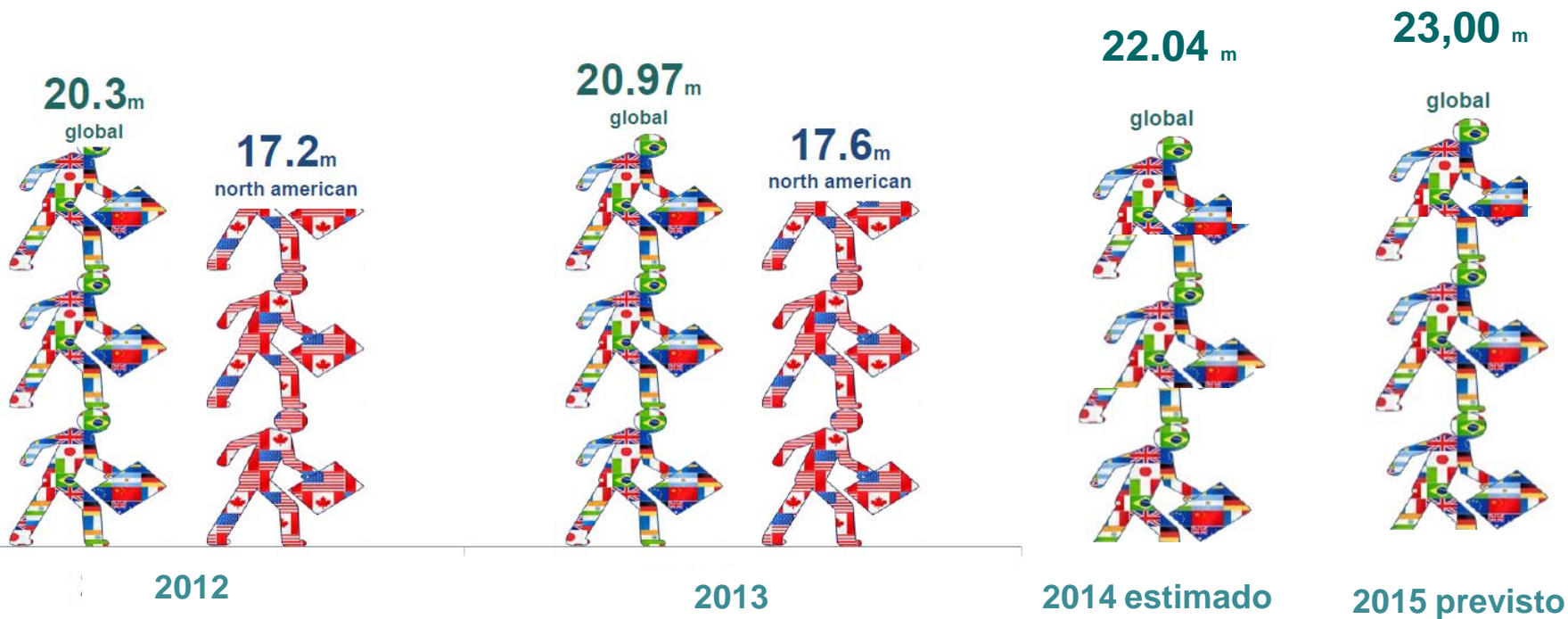


CruiseIndustryNews.com









Factos Importantes

- A vida económica de um navio/cruzeiro é de 30-50 anos;
- O design e tempo de construção de grandes navios é de 3 a 5 anos, sendo possível que, no momento da revelação ao público, o navio pode estar visivelmente desatualizado;
- A vida operacional-comercial de um navio é de +-10 Anos: as companhias de cruzeiros têm de realizar *re-stylings* aos navios para continuar a responder às expectativas dos consumidores;
- Os navios de cruzeiro podem facilmente ser movidos para os mercados mais atractivos. Ao contrário dos aviões, por exemplo, muitas das reparações e melhorias podem ser realizadas com o navio em operação;

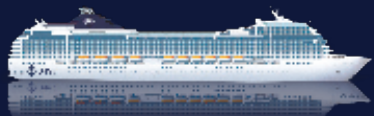
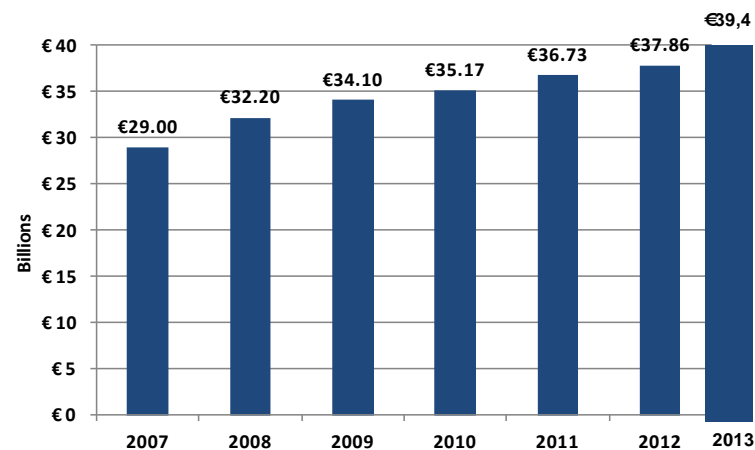
Factos Importantes

- A indústria de cruzeiros é o segmento de mais rápido crescimento da indústria de viagens e no mercado do lazer;
- Desde 1990, mais de 154 milhões de passageiros fizeram um cruzeiro de dois ou mais dias;
- O número de europeus que reservaram um cruzeiro duplicou desde 2004;
- A duração média dos cruzeiros é de 7,2 dias;
- 90% dos cruzeiros de férias são reservados através de agentes de viagens;
- O sector dos cruzeiros encontra-se no topo, com uma base de consumidores em crescimento e resultados astronómicos. É precisamente neste momento que a indústria se deve concentrar em reinventar-se.

- De acordo o Conselho Europeu de Cruzeiros (ECC), a indústria de cruzeiros europeia continua a crescer apesar do arrefecimento económico global.

- A contribuição total da indústria alcançou um novo recorde de **39,4 mil milhões em 2013**, acima dos 37,9 mil milhões em 2012.

- dos quais 16,2 mil milhões resultaram de gastos directos das companhias de cruzeiros, passageiros e tripulantes.



A **Europa** é um dos principais destinos para os cruzeiros de passageiros.

Cerca de **6,40 milhões de passageiros europeus** efectuaram um cruzeiro em 2014, um aumento de 0,5% em relação a 2013 – um record máximo de todos anos.

A indústria europeia gerou mais de **339 mil postos de trabalho**, acima dos 315 mil registados no ano anterior.

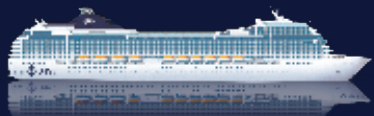


Table 7.4: Direct Cruise Industry Expenditures by Country, 2013 - Millions

Country	Direct Spending	Share of Total
Italy	€4,571	28.3%
UK	€3,125	19.3%
Germany	€3,060	18.9%
Spain	€1,226	7.6%
France	€1,076	6.6%
Norway	€606	3.7%
Greece	€574	3.5%
Finland	€518	3.2%
Netherlands	€357	2.2%
Denmark	€223	1.4%
Top 10	€15,336	94.7%
Sweden	€205	1.3%
Portugal	€197	1.2%
Malta	€81	0.5%
Gibraltar	€61	0.4%
Cyprus	€53	0.3%
Rest of the EU+3	€257	1.6%
Total	€16,190	100.0%

12.º país europeu com maior impacto directo da indústria dos cruzeiros

197 milhões de euros em 2013

Table 5. 2: Cruise Passengers by Country of Embarkation, 2012

Country	Passengers	Share of Total
Italy	2,081,000	36.1%
Spain	1,217,000	21.1%
UK	962,000	16.7%
Germany	451,000	7.8%
Greece	244,000	4.2%
Denmark	224,000	3.9%
France	191,000	3.3%
Netherlands	119,000	2.1%
Malta	65,000	1.1%
Sweden	42,000	0.7%
Cyprus	40,000	0.6%
Portugal	34,000	0.6%
Norway	16,000	0.3%
Other EU + 3	16,000	0.3%
EU+3	5,702,000	98.8%
Other Europe ①	67,000	1.2%
Total	5,769,000	100.0%

12.º país europeu de embarque de passageiros de cruzeiros

34,000 passageiros em 2012

+/- 40,000 passageiros em 2014

① Russia, Georgia and Ukraine



Segundo o relatório da ECC de 2013, Portugal foi o **6º destino europeu mais visitado** por passageiros de cruzeiros.

Portugal foi visitado por **3,6%** do total de passageiros europeus de cruzeiros.

1,138 milhões passageiros

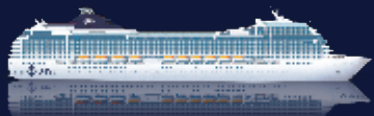
Lisboa foi em 2013 o **porto do Norte da Europa que mais passageiros de cruzeiros movimentou em trânsito**, 522.040, mais cerca de 36.000 passageiros do que no ano anterior.

Table 5. 3: European Cruise Passengers by Country of Destination, 2013

Country	Passengers	Share of Total
Italy	6,970,000	22.4%
Spain	5,236,000	16.8%
Greece	4,601,000	14.8%
Norway	3,023,000	9.7%
France	2,410,000	7.7%
Portugal	1,138,000	3.6%
United Kingdom	866,000	2.8%
Sweden	529,000	1.7%
Estonia	509,000	1.6%
Denmark	483,000	1.5%
Benelux	472,000	1.5%
Finland	429,000	1.4%
Malta	378,000	1.2%
Germany	367,000	1.2%
Gibraltar	278,000	0.9%
Cyprus	214,000	0.7%
Ireland	209,000	0.7%
Iceland	204,000	0.7%
Poland	95,000	0.3%
Other EU ① + 3	244,000	0.7%
EU + 3	28,655,000	91.9%
Other Europe ②	2,530,000	8.1%
Total	31,185,000	100.0%

① Latvia, Lithuania, Slovenia, Romania and Bulgaria.

② Including following in thousands: Russia, 550; Montenegro, 318; Monaco, 214; Ukraine, 170 (estimates in italics). Also includes Croatia, which joined the EU in mid-year, 1,364,000.

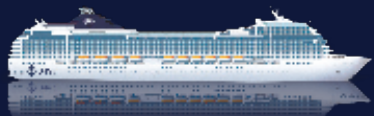


Cruise Ship Order 2015-2020

Year	Ships	Berths	Investment (Millions \$)
2015	7	18.930	3.142
2016	10	27.580	6.783
2017	7	23.194	5.417
2018	7	23.848	5.883
2019	3	12.880	3.129
2020	1	2.900	875
Total	35	109.332	25.229

Durante o **período** entre **2015 e 2020** o número de navios em operação irá aumentar em mais 35 que trarão acréscimo capacidade de mais 109.332 passageiros ocupação dupla.

- Mais navios cruzeiro, com maior capacidade (os navios são em si mesmo um destino);
- Mais renovações de antigos navios: maior investimento em remodelações;



Novos Destinos

-Necessidade de apostar em novas rotas, itinerários e destinos alternativos, que seduzam os passageiros e que os levem a escolher novamente o cruzeiro como modo de descobrir novas terras, cidades e costumes – novas experiências.

- Mercados Emergentes: Ásia e Brasil

Ásia:

- 2,17 milhões de passageiros (2015) – 52 navios a operar
- cruzeiros de 2 a 6 noites representam 77% dos cruzeiros

Brasil:

- 630,000 passageiros
- urgente revitalização dos portos



- No passado os cruzeiros duravam algumas semanas e actualmente têm durações mais curtas.

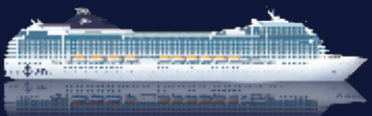
- **A procura é agora caracterizada por cruzeiros de curta duração, no máximo uma semana.**

Porquê?

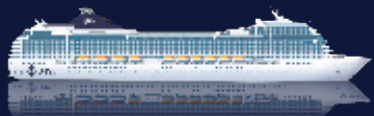
-É a **forma ideal para se experimentar um cruzeiro** pela primeira vez.

-Actualmente as pessoas **cada vez têm menos tempo livre** – é mais fácil para uma família ou um casal tirar no máximo uma semana de férias do que períodos mais longos.

-Crescente preferência pela **diversidade de experiências num menor espaço de tempo.**



- **Férias para todas as gerações:** os cruzeiros são hoje vistos como uma perfeita opção multi-geracional e são uma opção muito popular em férias para toda a família ou a dois.
- **Experiências gourmet:** os cruzeiros oferecem cada vez mais novas experiências gastronômicas e a oportunidade dos passageiros fazerem workshops e confeccionarem a sua própria refeição a bordo com chef's especializados.
- **Entretenimento:** os estilos de espectáculos a bordo têm revelado mudanças, sendo cada vez solicitados os shows ao estilo da Broadway.



-A inovação a bordo com **novas tecnologias** é uma forte tendência com as companhias que detêm os grandes navios a elevar os limites do que é possível em alto mar. Exemplo: Escorrega sobre as ondas Vertigo, sessões de cinema debaixo das estrelas...

-Além de toda a oferta dentro dos navios, com inovações constantes, é necessário reforçar a aposta também nas excursões culturais em locais de sonho e na **diversificação das experiências**, privilegiando actividades ao ar livre.

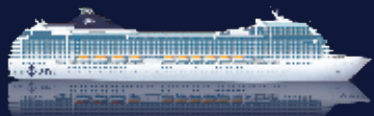
-**Procura crescente de aventuras e experiências marcantes:** aumento de procura em actividades e desportos radicais e experiências que proporcionem emoções e sensações inesquecíveis.



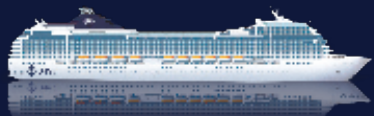


- Aposta na diferenciação através de **cruzeiros temáticos que tenham uma marca como referência**. As pessoas tendem a identificar-se com uma experiência de uma marca com a qual se identificam. Assim, as companhias de cruzeiros estabelecem parcerias com patrocinadores corporativos e realizam cruzeiros de 5, 7 ou 14 dias com uma experiência de marca. Exemplo: ELLE Fashion Week Cruise, Facebook Social Networking Cruise, Holy Ship.

- Mais ofertas focadas em **produtos de luxo** e segmentos específicos: serviço de mordomo 24 horas, atendimento personalizado.

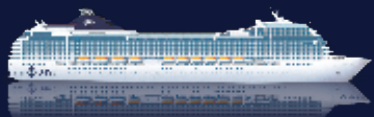


- **Viajar = tecnologia:** Os viajantes querem estar constantemente ligados ao mundo exterior, através das redes sociais, e valorizam aplicações e formas de estar facilmente conectado e interagir online durante a sua viagem.
- Crescente necessidade de aumentar as **instalações e ferramentas de trabalho a bordo:** Fazer um cruzeiro pode ser uma oportunidade de realizar negócios ou incentivos (MICE); existe também a necessidade de proporcionar aos passageiros as ferramentas necessárias de trabalhar durante a viagem se isso for necessário.



Crescente **importância do capital humano/atendimento** como elemento diferenciador:

- Aposta num serviço personalizado
- Aumento das qualificações do staff
- Crescente valorização da experiência por parte do passageiro

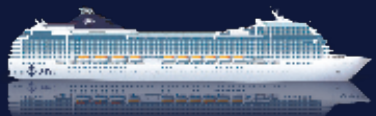


Cidades Flutuantes: As companhias de cruzeiros têm vindo a desafiar os limites do que é possível experienciar no mar.

-**ResidenSea – Navio “The World”**: foi projectado para famílias que desejam viver e trabalhar num lar permanente baseado no mar, flutuando em águas internacionais e que viaja por todo o mundo.

-**Freedom Ship** é um conceito de "cidade flutuante", proposto por Norman Nixon. Com um comprimento de 1400 metros, largura de 230 metros e altura de 110 metros, Freedom Ship é quatro vezes maior do que um dos maiores navios de cruzeiro de hoje.

-O arquitecto belga Vincent Callebaut concebeu e projectou uma cidade - **Lillypad** - que faz recolha de água e a sua purificação e é sustentada principalmente por energia solar e eólica.



Aposta no turismo sustentável:

- maior consciencialização do turista para as questões ambientais;
- alteração dos padrões de consumo.



ECO SHIP

Reduzir, reciclar, reutilizar

- As companhias optam por investir em equipamentos no navio de incineração de resíduos, motores eficientes e eléctricos, luzes LED e reciclagem.

As companhias adoptam boas práticas ambientais para diminuir os gastos energéticos, tornando-se companhias mais “verdes”- cumprimento dos regulamentos ambientais internacionais.

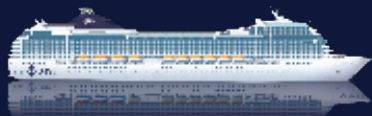


A **indústria de cruzeiros** está na posição invejável de ter **maior procura do que capacidade** de resposta na construção.

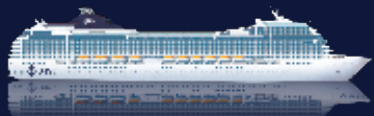
Existe a possibilidade de **mudar os “ativos”** para responder à **procura** e às **solicitações** dos diferentes mercados e transformar a sua oferta para responder às necessidades dos clientes. E, estando fora da maioria dos limites jurisdicionais, as companhias, podem em muitos casos, “escrever as suas próprias regras”.

Por esta razão, a indústria dos cruzeiros tem a **capacidade de gerir riscos** de forma mais eficiente do que a maioria das outras indústrias.

Mas o sector tem ainda **enormes desafios** pela frente.



- **Procedimentos de emissão de vistos - VISA:** O processo de emissão de vistos de turismo para passageiros de cruzeiros em todo o mundo, interessados em viver a experiência de um cruzeiro na Europa, é muitas vezes dificultada por procedimentos burocráticos desnecessários.
- **Ambiente:** as companhias de cruzeiros estão cada vez mais empenhadas no seu compromisso de protecção ambiental, não só pelas questões legais, mas porque a sustentabilidade dos oceanos é essencial para a experiência "cruzeiro". As **normas internacionais**, estabelecidas pela OMI, são cada vez mais **rigorosas e abrangentes**, bem como todas as **leis nacionais dos portos de escala onde atracam**. A transição da indústria para combustíveis mais limpos pode ter impactos significativos no negócio.
- **Segurança:** As companhias estão a fazer esforços combinados para demonstrar que os cruzeiros continuam a ser forma mais segura de fazer férias comparativamente a outros meios de transporte
Nota: Dez anos antes do desastre Concordia, o rácio era 0,12 óbitos por milhão de passageiros e tripulação em navios cruzeiros. Entre 2006 e 2011, o rácio foi 0,16 praticamente metade se comparado com os 0,30 por milhão na indústria aérea.
- **Portos:** estão a ser desenvolvidos esforços para que as infra-estruturas dos portos europeus sejam mais eficientes.





MSC
CRUZEIROS

Obrigado !

