

UNIVERSITE DES ANTILLES ET DE LA GUYANE

Faculté de Droit et d'Economie de la Martinique

École doctorale pluridisciplinaire

Thèse pour le doctorat en Géographie - Aménagement
du territoire

Nathalie PETIT CHARLES

<p><i>LE TOURISME DE CROISIERE DANS LA CARAÏBE : ENJEUX DE SPATIALISATION</i></p>

Sous la direction du Pr. Fred Célimène

Soutenue le 26 novembre à Schœlcher

Jury :

1. M. BACHIMON Philippe, Professeur de géographie du tourisme, UMR Pacte, Université d'Avignon et des pays de Vaucluse (rapporteur).
2. M. CAPPATO Alberto, Professeur des universités, Faculté d'Ingénierie de l'Université de Gênes, Directeur général Porto Antico di Genova, Vice-président IIC - Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Vice-président IIC - Istituto Internazionale delle Comunicazioni, Président section tourisme Carpindustria - Gênes.
3. M. CELIMENE Fred, Professeur des universités, CEREGMIA, Faculté de droit et d'économie, Université des Antilles.
4. M. DEHOORNE Olivier, Maître de conférences, Faculté de Lettres et sciences humaines, Université des Antilles.
5. M. MARTOUZET Denis, Professeur des universités, maison des sciences de l'homme (UMR MSH VdL), Université François Rabelais de Tours.
6. M. VELLAS François, Professeur des universités, Université Toulouse Capitole 1(rapporteur).

RESUME

L'industrie de la croisière a considérablement évolué au cours des dernières années. L'espace caribéen occupe une place capitale dans ce marché, de plus en plus globalisé et capitalistique, organisé principalement à partir des ports floridiens et des capitaux extra-caribéens. Les logiques économiques et commerciales de cette industrie, qui déplace des volumes de touristes de plus en plus massifs, échappent aux territoires d'accueil qui ne sont plus en mesure de négocier des conditions économiques susceptibles de soutenir leur développement.

La croisière relève désormais du tourisme sous bulle que les consommateurs captifs quittent temporairement pour parcourir quelques ambiances exotiques mises en scène dans le cadre d'enclaves territoriales. Les stratégies des grands armateurs qui visent à maximiser leurs revenus à travers le contrôle des dépenses et donc des consommations de leurs clientèles, sont confortées par les préoccupations actuelles d'ordre sécuritaires, légitimes et entretenues, qui justifient le déroulement de ces séjours dans le cadre de bulles touristiques protégées.

Dans le contexte actuel, au regard des logiques économiques qui prévalent dans l'industrie de la croisière, nombre de petites îles s'interrogent sur l'opportunité de soutenir le tourisme de croisière. Trois types d'arguments soutiennent ce positionnement : tout d'abord, les effets d'entraînement sur l'économie local sont loin d'être à la hauteur des attentes (il ne faut pas oublier pas l'importance des investissements qui doivent être réalisés pour disposer des infrastructures adéquates pour accueillir ces imposants navires) ; en second lieu, les modalités actuelles du développement de la croisière (dont le contrôle échappe aux ports d'accueil) vont à l'encontre des projets de développement durable de ces îles et les préoccupations sont sérieuses sur le plan écologique. En dernier lieu, l'argument tant vanté par les professionnels qui affirment que le croisiériste reviendra séjourner à l'occasion de prochaines vacances reste à démontrer. Les enquêtes de terrain attestent du profil spécifique de ce visiteur qui évolue dans une douce insouciance festive du navire, ponctuée d'une suite de courtes escales. Le produit «croisière», matérialisé par le paquebot, qui incarne le temple de la consommation, est devenue la destination.

ABSTRACT

The cruise industry has evolved considerably in recent years. The Caribbean area occupies a crucial place in this market, increasingly globalized, capitalistic, and mainly organized from the Floridians ports and extra-Caribbean capital. Economic and commercial logic of this industry, which moves in tourist volumes increasingly massive, escape the host territories which are no longer able to negotiate economic conditions that support their development.

The cruise now falls under the tourism bubble that temporarily leave captive consumers to browse some exotic atmospheres staged within the framework of territorial enclaves. The strategies of the major ship owners who aim to maximize their revenues through expenditure control and therefore the consumption of their customers, are supported by the current concerns of safety order, legitimate and maintained, which justify the conduct of these visits as part protected tourist bubbles.

In the current context, in light of economic logic prevailing in the cruise industry, many small islands are questioning whether to support cruise tourism. Three types of arguments support this position: first, spillover effects on the local economy are not up to the expectations (do not forget the importance of investments that need to be achieve to have adequate infrastructure to accommodate these imposing vessels); Second, the current terms of the development of the cruise (which is outside the host ports) are against sustainable development projects of the islands and concerns are serious ecologically. Finally, the much vaunted argument by professionals who say that the cruise will return to stay during next vacation rest disassemble. Field surveys attest to the profile of the visitor who evolves in a sweet festive carefree ship, punctuated by a series of short stops. The product "cruise", materialized by the liner, which embodies the temple of consumption, has become the destination.

Table des matières

Table des matières	4
Introduction	8
1. La croisière en question	9
2. Le tourisme de croisière dans la Caraïbe.	13
3. Fondements de la problématique des acteurs et des enjeux de développement.	17
4. Les sources et données, les ressources bibliographiques : intérêts et limites.	19
Chapitre préliminaire — De l'exploration à l'exploitation : le processus de mise en tourisme des lieux	22
I. Du tourisme à la croisière : identification des consommateurs	23
II. Evolution des flux et structuration du marché de la croisière dans la Caraïbe	32
III. De la popularisation du tourisme au développement des principes de masse : lecture des flux et synthèse	39
Partie — I — De l'invention de la croisière à l'avènement de la croisière de masse dans la Caraïbe	42
Chapitre 1 — De la découverte par tâtonnement à la création de l'objet croisière	43
1.1 L'émergence de bassins régionaux et les liaisons transatlantiques.	44
1.1.1 La diversification de l'acheminement postal : les premières versions des circuits de croisière	44
Le bassin régional de la Mer Baltique	44
La croisière en Europe et le bassin méditerranéen	46
Les transatlantiques	47
1.1.2 De la mesure des performances : la quête du Ruban bleu	49
1.1.3 La croisière dans le monde : de l'héritage d'un naufrage à la reconversion forcée des conflits mondiaux	54
a. Les enseignements du naufrage du Titanic	56
b. Les impacts de la géopolitique mondiale sur la croisière	57
c. L'entre-deux-guerres : entre reconversion et instabilité économique	58
1.2 1940 - 1990 : Les fondements de l'industrie de la croisière	60
1.2.1 De la fin des croisières transatlantiques	60
1.2.2 De la concentration et de l'intensification de la croisière vers un nouveau bassin régional : la Caraïbe	61
a. Identification des fondateurs de la croisière dans la Caraïbe	62
b. Les raisons du changement	63
1.3 Les années 1970 : La Caraïbe, bassin naissant de la croisière contemporaine	64
Conclusion	69
Chapitre — 2 Le bassin caribéen comme laboratoire privilégié	70
2.1 1990 — 2010 : de la croissance d'un secteur économique spécifique à un secteur touristique affirmé	71
2.1.1 Les flux de croisière dans le monde	72
2.1.2 De la massification du tourisme de croisière dans la Caraïbe	77
2.2 La croisière dans la Caraïbe : structure régionale et évolution des flux	83

Conclusion	88
Chapitre - 3 Organisation, fonctionnement et structure des compagnies de croisière --	89
3.1 Structuration des compagnies de croisière qui contrôlent le marché.	90
3.1.1 La position oligopolistique des compagnies de croisière.	90
3.1.2 Stratégie, conception et mutation des navires de croisière	94
3.2 Les clientèles transportées : disposition et évolution	99
3.2.1 La disposition des clientèles à bord dans un contexte de bulle touristique.....	99
3.2.2 D'une clientèle monolithique à la définition de niche	107
3.2.3 Le profil des croisiéristes en question	111
3.3 Identification du personnel à bord	113
Conclusion	118
Conclusion de la partie I	119
Partie - II - Les territoires de la croisière	121
Chapitre 4 - Les ports-base à l'échelle de la Caraïbe	122
4.1 Les ports-base : concept et définition	123
4.1.1 Le modèle de fonctionnement d'un port-base.....	123
4.1.2 Etat des lieux des ports-base à travers le monde	128
4.2 Les ports-base du bassin caribéen sur l'exemple du port-base de Miami.....	131
4.2.1 Les ports-base desservant la Caraïbe.....	131
4.2.2 Organisation territoriale de la péninsule floridienne et approche spatiale de la ville de Miami ----	137
4.2.3 Le port-base de Miami.....	141
4.3 Vers une typologie des ports-base qui desservent la Caraïbe.....	147
a. Les ports-base les plus importants	153
b. Les ports-base de moyenne importance.....	154
c. Les ports-base les moins importants	156
d. Les ports-base en marge	158
Conclusion	161
Chapitre 5 — Les territoires de la croisière	163
5.1 Les ports- d'escale : concept et définition	164
5.1.1 Le port d'escale : interface d'un monde virtuel au monde réel.....	165
5.1.2 Les ports d'escale dans la Caraïbe : positionnement et stratégie de développement	167
5.2 Les ports d'accueil de la Caraïbe sur l'exemple de Cozumel au Mexique	169
5.2.1 Le tourisme de croisière au Mexique.....	169
5.2.2 Le tourisme de croisière à Cozumel dans la province de Quintana Roo	171
5.2.3 Le terminal de croisière de Cozumel.....	174
5.3 Vers une typologie des ports d'accueil de la Caraïbe	176
5.3.1 Les indicateurs	176
5.3.2 La typologie des espaces portuaires de croisière dans la Caraïbe	178
a. Les deux premières formes d'enclavement/de construction du port d'escale	179
b. L'enclave portuaire	183
c. Les îles enclaves	188
5.3.4 La spécificité des îles privées	192
Conclusion	196
Chapitre — 6 De l'escale à la découverte d'un territoire : la croisière dans le territoire d'accueil	198

6.1 Les excursions de croisière : concept et définition -----	199
6.1.1 Les thématiques d'excursions des îles caribéennes -----	199
6.1.2 Etude des excursions d'un circuit type dans la Caraïbe-----	204
6.2 Analyse du temps de l'excursion des escales caribéennes -----	207
6.2.1 De la croisière à l'excursion -----	207
6.2.2 Analyse du rapport des croisiéristes à l'excursion dans la Caraïbe -----	210
6.3 Le temps de l'excursion dans les escales caribéennes : sur l'exemple de l'île de la Dominique---	215
6.3.1 Le tourisme de croisière à la Dominique -----	217
6.3.2 Perspectives de développement et approche territoriale pour la Martinique -----	220
Conclusion -----	223
Conclusion de la partie II-----	225
Partie III — Nouveaux enjeux et défis du tourisme de croisière dans la Caraïbe -----	226
Chapitre 7 — Lorsque le bateau de croisière s'impose comme la destination -----	227
7.1 Le paquebot de croisière : lieu festif, entre soi et altérité contrôlée-----	228
7.1.1 Le navire de croisière : une destination en soi -----	228
7.1.2 Le rapport des croisiéristes au navire de croisière -----	233
7.1.3 Du processus de Mc Disneyisation -----	236
7.2 La notion d'enclave flottante : sécurité perçue dans le concept de bulle touristique -----	240
7.2.1 La sécurité intra et extra-muros des navires de croisière -----	240
7.2.2 Les risques encourus d'un voyage en vase clos -----	242
7.2.3 Du confinement à la contagion : la question sanitaire du mode de vie des navires de croisière -----	244
Conclusion -----	247
Chapitre — 8 De l'intérêt partagé à l'intérêt exclusif-----	248
8.1 Le tourisme de croisière : facteur de profit et de développement pour les territoires d'accueil ? 249	
8.1.1 Evolution des interrelations entre compagnies de croisière et territoire d'accueil -----	249
8.1.2 De la retombée économique de l'activité de croisière -----	254
8.1.3 De l'intérêt des territoires d'accueil -----	257
8.2 Ventilation du budget des croisiéristes-----	265
8.3 L'analyse des différents acteurs : la stratégie des compagnies de croisière-----	272
Conclusion -----	279
Chapitre — 9 La croisière : succès et limites du concept -----	280
9.1 Croisière et sécurité environnementale-----	281
9.2 Les limites du gigantisme-----	287
9.3 Le tourisme de croisière : vers une déterritorialisation programmée ? -----	290
Conclusion -----	293
Conclusion de la partie III-----	294
Conclusion générale-----	295
Bibliographie-----	299
Approches générales sur le tourisme-----	299
Références bibliographiques sur la croisière -----	300

Aspects généraux-----	300
Approches régionales et études de cas-----	301
Dimension économique -----	305
Dimension sociale -----	308
Dimension environnementale et sanitaire -----	309
Autres références bibliographiques-----	310
<i>Les références Internet : -----</i>	<i>312</i>
<i>Table des illustrations -----</i>	<i>314</i>
Table des figures-----	314
Table des tableaux -----	315
Table des cartes -----	316
Table des photographies-----	317

Introduction

*C'est plus qu'un vaisseau, c'est une ville flottante, un morceau de comté, détaché du sol anglais, qui après avoir traversé la mer va se souder au continent américain. Je me figurais cette masse énorme, emportée sur les flots, sa lutte contre les vents qu'elle défie, son audace contre la mer impuissante, son indifférence à la lame, sa stabilité au milieu de cet élément. Si le Great Eastern n'est pas une machine nautique, si c'est un microcosme et s'il emporte un monde avec lui, un observateur ne s'étonnera pas d'y rencontrer, comme sur un plus grand théâtre, tous les instincts, tous les ridicules, toutes les passions des hommes. C'est ainsi que Jules Verne débute *une ville flottante*, un roman qui relate l'expérience d'une traversée reliant Liverpool à New York, à bord du *Great Eastern*, fleuron de la navigation transatlantique de la fin du XIXe siècle.*

1. La croisière en question

D'une rive à l'autre de l'Atlantique, les Transatlantiques ont accompagné les débuts du tourisme international dans sa dimension transcontinentale à la fin du XIXe siècle (Dickinson et al, 2008). Et parallèlement à ces traversées qui associent alors de cossus voyageurs, sur les ponts supérieurs, et des migrants aux étages inférieurs, une offre spécifique, les origines mêmes de la croisière, se dessinait dans le cadre d'une spécialisation régionale sur les pourtours de la Baltique, de la Méditerranée, de la Caraïbe. Un siècle plus tard, poursuivant la diffusion spatiale de son offre, la croisière poursuit sa structuration aux confins de l'Alaska, au sud du Pacifique. Bien au-delà d'un simple moyen de locomotion et d'une simple structure d'hébergement, le paquebot est devenu le lieu de loisir, de divertissement, de rencontres sur fond de carte postale. Il est désormais la destination première de la croisière (Dehoorne et al, 2008).

Considérant la définition fonctionnelle de l'organisation mondiale du tourisme (OMT), de l'organisation de coopération et de développement économique (OCDE) et des Nations Unies qui inscrivent le tourisme « *comme l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel* », le tourisme de croisière se distingue par le fait que le déplacement, l'hébergement et les divertissements se font par et dans le navire.

L'approche proposée par Knafou et Stock (2003, 931-934) précise les enjeux dynamiques en insistant sur la dimension systémique du jeu d'acteurs et en définissant le tourisme comme « *un système d'acteurs, de pratiques et de lieux qui a pour finalité la récréation des individus par le déplacement hors de leurs lieux de vie habituels, impliquant l'habiter temporaire d'autres lieux* ».

Pour le tourisme de croisière, comme pour l'étude du tourisme en général, il s'agit bien d'appréhender le phénomène à travers les lieux, les territoires d'accueil, les sociétés et les entreprises. L'individu, le touriste, n'est plus seul au centre de la définition : il fait partie d'un ensemble, d'une mise en système avec des interactions sociales, économiques, environnementales, politiques.

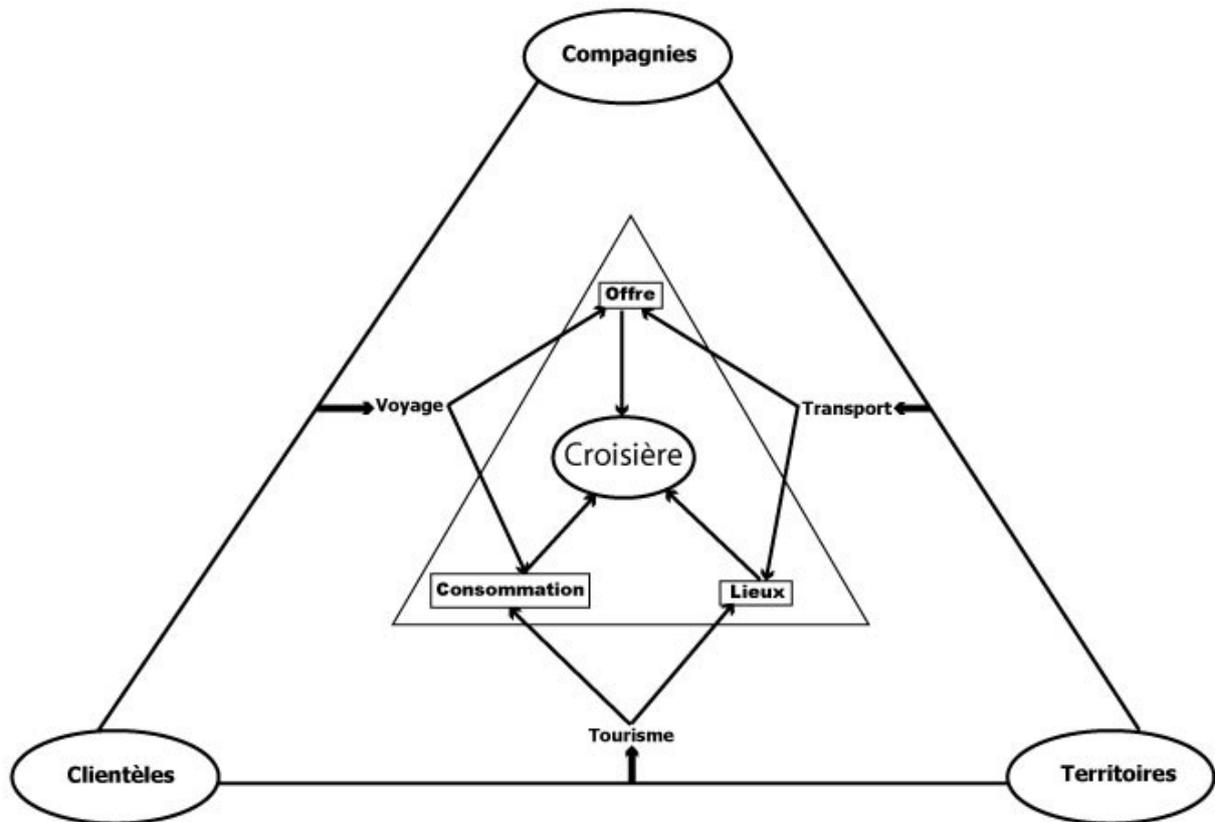
Peu de travaux s'attachent à définir le tourisme de croisière. Jafar Jafari (2008) n'y consacre pas d'entrée dans l'ouvrage de référence « *Encyclopedia of Tourism* » ; tout juste quelques lignes sont réservées aux compagnies de croisière et à la *CLIA (Cruise Line International Association)*, l'association en charge de la croisière et des croisiéristes aux Etats-Unis. Dowling (2005) pose les bases de la définition de la croisière à travers celle proposée par le *Collins English Dictionary* : « *le fait de faire un voyage par la mer à bord d'un navire de croisière pour le plaisir, en s'arrêtant généralement pour effectuer des escales* »). Finalement, cela reste une définition très générale qui se retrouve d'un dictionnaire à l'autre, tel le Larousse: « *un voyage d'agrément sur un paquebot ou sur un bateau de plaisance* » (Larousse, 2007).

Mais comme le souligne Grenier (2008) « *avant d'être une forme de vacances, la croisière est d'abord et avant tout un concept qui entremêle tourisme et loisir, voyage et un mode de transport* ». Il convient d'aller plus loin et de souligner la place des territoires d'accueil, des croisiéristes et de leur pratique et de leur consommation, comme l'indique Jacob (2009) « *un circuit maritime à fins de détente ou d'agrément à bord d'un paquebot ou d'un bateau de plaisance* ». *Le terme croisière peut s'appliquer à la fois à la plaisance privée, aux « tours touristiques » (excursions, dîner sur l'eau), aux circuits de plusieurs jours avec escales à bord d'un navire de plus ou moins grande capacité, le paquebot, en formule tout compris (hébergement, restauration, déplacement). Dans ce cas la croisière est un séjour vendu en cabine, avec un itinéraire de navigation fixe et prévu à l'avance* ».

A mesure que l'objet se précise, il apparaît donc clairement que des traversées du type de celles organisées entre les rivages méditerranéens français et la Corse, la Sardaigne, l'Algérie ou encore la Tunisie, n'entrent pas dans le cadre du tourisme de croisière. Certes, ces entreprises possèdent une flotte et des cabines, mais leur objectif n'est pas de proposer un circuit touristique avec ses escales ; il s'agit d'un simple transport maritime. L'activité de croisière impose une organisation territoriale spécifique, complexe, qui ne se réduit pas à une seule activité de transport. Les territoires d'accueil doivent concevoir des aménagements adaptés et proposer des prestations et des divertissements spécifiques, réservés aux excursionnistes.

Le tourisme de croisière intègre trois acteurs principaux (cf. Figure 1) : les compagnies de croisière qui possèdent les bateaux, c'est-à-dire les structures de transport et d'hébergement ; les territoires d'accueil avec l'aménagement de l'espace consacré aux escales d'un jour avec leurs circuits ; les clientèles que sont les croisiéristes.

Figure 1— Structure, acteurs et interrelations de l'activité de croisière.



Source : © PETIT-CAHRLES Nathalie (2012)

A l'origine de la croisière, les compagnies conçoivent l'offre qui se matérialise par les déplacements des bateaux qui, à partir d'un port-base (le port de départ), dessinent les circuits associant les destinations (les escales). Ce circuit élaboré par les compagnies de croisière elles-mêmes est l'aboutissement d'un compromis entre les objectifs des compagnies de croisière, la démarche des clientèles et les attentes des territoires d'accueil qui organisent les lieux d'escale.

Deux types de lieux doivent être considérés pour appréhender la croisière, d'une part les installations à terre qui comprennent :

- 1/ les ports-base et/ou port de départ, c'est-à-dire le port qui verra l'embarquement et le débarquement du croisiériste, soit le début et la fin de son voyage croisière.
- 2/ les ports d'escale, c'est-à-dire les ports qui permettent d'effectuer une escale sur l'ensemble du circuit.
- 3/ les espaces de récréation des touristes au sol ; c'est-à-dire tous les lieux aménagés pour le croisiériste pendant son temps d'escale.

Et d'autre part le navire en lui-même, le navire avec ses ponts successifs, ses espaces de vie, de consommation, de divertissements.

Enfin, les clientèles sont ces touristes en quête de découverte, de voyage, de divertissement plus ou moins exotique, pour lesquels sont définies des offres touristiques adaptées, donnant lieu à des consommations spécifiques.

C'est l'interaction de ces trois acteurs qui constitue le tourisme de croisière. La demande du produit croisière, la création des circuits et l'organisation à destination, sont autant d'éléments qui créent l'activité.

2. *Le tourisme de croisière dans la Caraïbe.*

La mer des Caraïbes enserme plus d'un millier d'îles depuis les rivages floridiens jusqu'aux archipels vénézuéliens (Dehoorne et al, 2008). Malgré ces distinctions démographique et géographique, la Caraïbe possède un héritage commun, moulé par l'esclavage, le colonialisme et les cultures de plantation (bananes et canne à sucre majoritairement). Sa population est le reflet historique du métissage des populations qui s'y sont succédé : les Indigènes, les Amérindiens, les esclaves noirs, les colons, les Indiens, les Portugais, les Chinois ou encore les Arabes et les Juifs (Pattullo, 1996).

Dans la seconde moitié du XXe siècle, beaucoup de ces îles sont devenues des états indépendants devant de ce fait instaurer et appliquer leur propre gouvernance politique, économique et sociale. Elle (la gouvernance) s'appuie davantage sur le développement du tourisme et s'organise autour de régions réservées à cet effet sur les différentes destinations. La Caraïbe est désormais le jardin d'Eden (C. Weeden, 2006). Les îles ont été « érotisées » et « virginisées » ; la féminisation des destinations (Wang 2000). Des constructions ex nihilo voient alors le jour, des stations balnéaires, lieu de séjour et de villégiature pour l'accueil des touristes et de ce fait porte ouverte au développement du tourisme. Les plus célèbres sont celles de *Montego Bay* et *Ocho Rios* en Jamaïque, *Varadero* à Cuba, *Punta Cana*, la *Romana* et la *Samana* en République dominicaine. Ce tourisme de masse, qui se développe des années 1970 aux années 1990, s'affiche et se reconnaît par l'expansion de structures hôtelières le long des rivages, tournés vers la plage de sable fin, bordée de cocotiers. L'utilisation d'une image pour créer une identité à une destination, est un facteur clé dans l'idée que ce fait le touriste de ces prochaines vacances, ces identités peuvent être inventées ou réelles, la majorité des touristes ne feront pas la différence et c'est malheureusement le cas pour la Caraïbe ; chaque île a sa propre histoire, sa propre culture et son propre gouvernement, malgré tout, la Caraïbe est vendue comme une entité et représentée par une simple image de plages de sable blanc bordée de cocotiers.

La considération des limites géographiques de la Caraïbe impose un grand nombre de définitions de l'espace. Elle « défie toute définition statique » selon la formule de Kempadoo (2004). Le plus simple serait de dire que la Caraïbe « géographique » correspond à toute la partie baignée par la mer des Caraïbes. Néanmoins ce simple constat géographique ne suffit pas, il est nécessaire d'aller au-delà de cette définition réduite à une simple délimitation. Girvan (2004) indique que sa définition doit aussi intégrer toutes les disparités des réalités

historiques et socio-économiques ; « la Caraïbe se fonde sur une langue et une identité, la géographie, l'histoire et la culture, la géopolitique, la géoéconomie ou l'organisation ».

C'est une région qui s'est constituée à travers une violente conquête historique affrontant les Espagnols, les Anglais, les Français, les Hollandais et les Danois ; et des règles coloniales impliquant le génocide de peuple indigène (Kempadoo, 2004).

Toutes ces approches qui définissent la Caraïbe ne reflètent, en réalité, que très peu ce qu'elle représente dans le cadre du tourisme de croisière. Sous cet angle, Wilkinson (2005) considère que la Caraïbe concerne toutes les îles et interfaces continentales qui baignent dans la mer des caraïbes et y inclut les Bermudes, les Guyanes et la Floride. Cinq zones s'en distinguent, les Bahamas, les Bermudes, l'Ouest caribéen (péninsule du Yucatan, Cozumel, Belize, les îles de la Baie, les îles Caïmans et la Jamaïque), l'Est caribéen d'Hispaniola à l'île de la Dominique et le Sud caribéen qui concerne toutes les îles au sud de la Dominique y compris les Antilles néerlandaises au large des côtes vénézuéliennes. L'espace géographique considéré a certes évolué sur un socle historique commun alliant à la fois colonisation et commerce triangulaire, seulement aujourd'hui, dans le cadre du développement du tourisme de façon générale, et plus particulièrement du tourisme de croisière, la Caraïbe est un produit marketing. Pour rejoindre l'idée de Sheller (2003), « ce n'est qu'une fantaisie, un contexte, une construction idéologique européenne, un objet d'étude produit dans les centres académiques du Nord ». Une image avancée de paradis et marchandée comme telle, qui prend tout son sens dans le développement du secteur touristique dont le relais principal est la plage de sable bordé de cocotiers. De façon plus radicale, Kempadoo (2004) atteste qu'une « image hyper sexuelle a été développée tout au long de son histoire et elle est convoitée à la fois pour la verdure de ses paysages, ses plages de sable blanc, le bleu de ses mers et sa sensualité tropicale ».

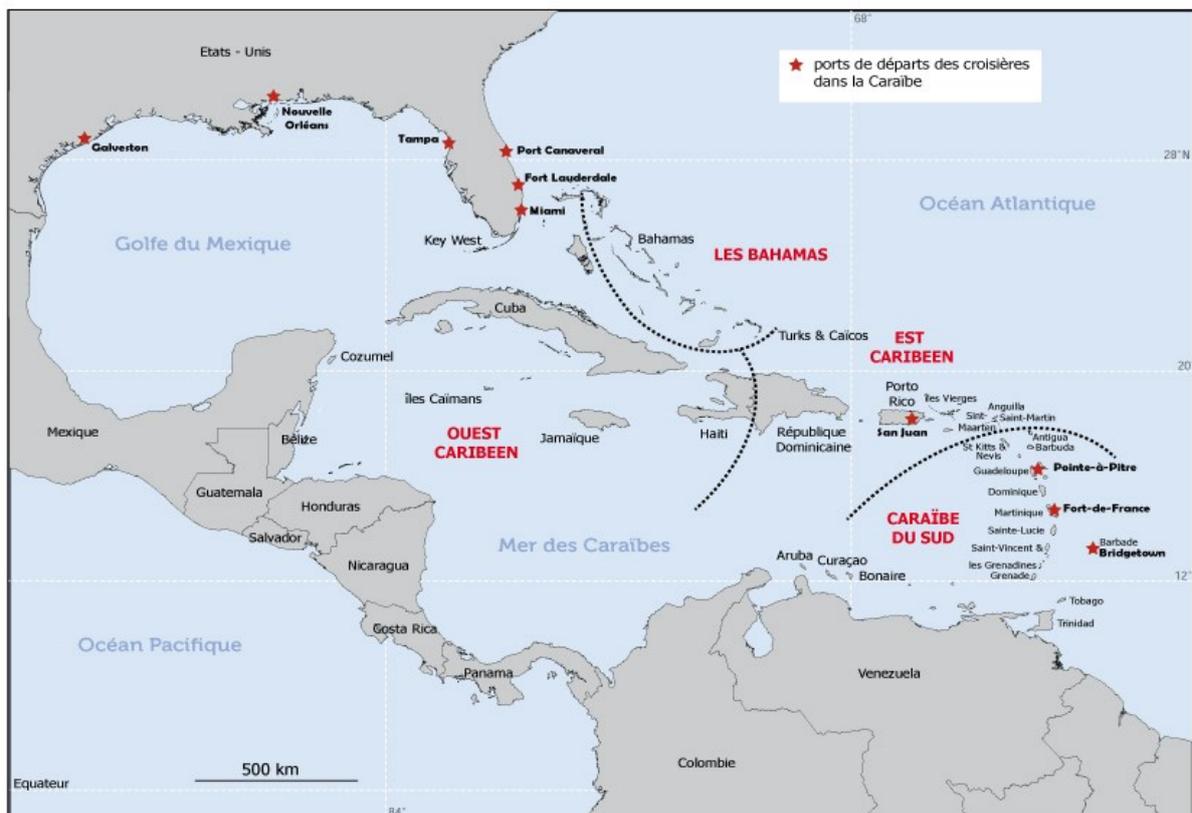
L'approche retenue par la thèse s'appuie sur une définition plus simple de la Caraïbe (cf. Carte 1), toujours sous l'angle de la croisière. La dimension de l'espace est à considérer selon une double caractéristique. Le tourisme de croisière dans la Caraïbe concerne (i) les territoires dont les côtes baignent dans la mer des Caraïbes et qui (ii) accueille des escales de croisière. Tous les aspects historiques, politiques ou de quelconque appartenance à une entité supérieure, n'ont aucune importance dans la définition de notre espace.

Ainsi, nous retenons que la Caraïbe se définit comme étant l'espace vendu par les compagnies de croisière selon le découpage qu'elles ont décidé et qui est laissé aux choix des seuls croisiéristes. La durée de la croisière, le nombre d'escales, la thématique adoptée et finalement

le prix du produit final ne sont déterminés que par ce seul découpage, repris et utilisé par l'administration maritime des États-Unis.

Ainsi, le choix du bassin régional de la Caraïbe ne réside pas tant sur sa position géographique que sur la richesse de l'histoire du tourisme de croisière dans cette zone. Les principales compagnies qui dominent le marché aujourd'hui ont débuté leur activité dans le bassin caribéen, et c'est à partir de ce dernier qu'elles ont évolué et qu'elles ont structuré le secteur et défini le produit. La Caraïbe, sur le plan quantitatif, c'est également l'importance des flux de croisiéristes qui y transitent et qui font de l'espace le premier en termes de fréquentations à l'international. Sur l'ensemble des bassins régionaux concernés par le tourisme de croisière à travers le monde, la Caraïbe occupe la première place en termes de fréquentation. En 2010, 43 millions de nuitées pour la Caraïbe (Bahamas compris) contre 18 millions pour la Méditerranée (en 2001, la Caraïbe comptabilisait près de 26 millions de nuitées et 7 millions pour la Méditerranée). Sa position actuelle s'est construite à partir des années 1970, période à laquelle elle a su réaffirmer son positionnement dans l'établissement des premiers bassins régionaux de destinations de la croisière contemporaine.

Carte 1— L'espace caribéen sous l'angle du tourisme de croisière



Source : Administration maritime des Etats-Unis, 2012

La Caraïbe est un produit structuré et divisé par l'*US Department of Transportation Maritime Administration* (MARAD) et vendu comme tel par les compagnies de croisière. Quatre sous ensembles en ressortent : les Bahamas, la Caraïbe de l'Ouest (Haïti, Jamaïque, îles Caïmans, toute la côte mexicaine, le Belize et les îles de la Baie (Honduras), la Caraïbe de l'Est (de la République dominicaine à Sint Maarten) et la Caraïbe du Sud qui correspond à toutes les îles qui se situent au sud de Sint Maarten. Chacun de ses sous-ensembles est une catégorie commerciale vendue sous l'appellation caraïbe

3. Fondements de la problématique des acteurs et des enjeux de développement.

Le tourisme de croisière concerne trois acteurs : les compagnies de croisière qui construisent et affectent des navires de croisière, les territoires qui accueillent et hébergent les navires le temps d'une escale, et les excursionnistes qui divertissent les clients le temps de l'escale sur le territoire. Les territoires d'accueil ont un double rôle à jouer, préserver les biens matériels (navires de croisière) et personnels (clients et membre d'équipage) des compagnies de croisière et organiser des excursions souvent vendues sur le navire et effectuées au sol et qui restent les échanges visibles du commerce touristique qui s'effectuent entre les territoires d'accueil et les compagnies de croisière. Les excursions doivent satisfaire en qualité et en quantité les compagnies de croisière, même si dans la réalité elles diffèrent peu d'une destination à l'autre.

Le début de la décennie 1970 inaugure l'ère du tourisme de croisière de masse dont les rivages caribéens constituent l'espace de prédilection. L'espace caribéen s'est imposé comme le premier foyer du tourisme de croisière, concentrant près de 50 % des capacités de transport mondiales. Les flux de touristes de croisière dans les ports d'escale caribéens sont passés de 1,3 million à 21,6 millions de croisiéristes entre 1970 et 2013. Seulement, le développement impressionnant de la croisière dans la Caraïbe ne fut pas géographiquement uniforme, cinq destinations concentrent 55 % des arrivées totales de croisière de la Caraïbe.

L'analyse et la compréhension des flux dans le temps et dans l'espace, de leurs intensités, des choix sélectifs et des polarisations au profit de lieux privilégiés, sont au cœur de notre réflexion et l'ensemble des territoires baignés par la mer des Caraïbes constituent un laboratoire privilégié pour prendre la mesure de la croisière, de l'industrie de la croisière, de la complexité des enjeux pour les territoires de la croisière. Au final, il convient de s'interroger sur les stratégies de développement autour du tourisme de croisière dans la Caraïbe.

La thèse qui s'articule autour de trois axes s'appuie à la fois sur les facteurs historique, géographique et économique du tourisme de croisière dans la Caraïbe. Elle débute par un chapitre préliminaire nécessaire à la formulation du processus de mise en tourisme des lieux et leur évolution dans le temps. Il se veut aussi être une accroche quant à l'intégration de la croisière dans la définition du tourisme en général en proposant de poser les bases théoriques du fondement épistémologique du tourisme afin de l'appliquer par la suite à la croisière. Il

s'agit de démontrer que l'évolution du tourisme de croisière est conforme aux théories qui tentent de comprendre le tourisme en général, dans le temps et dans l'espace.

La première partie est consacrée au passage, dans l'histoire, de l'invention de la croisière à l'avènement de la croisière de masse ; avec une première partie sur l'étude des prémices de la croisière et la spécialisation progressive des lieux concernés (chapitre-1). Il s'articule selon nous en quatre temps, le premier est celui du développement et de l'expérimentation de la croisière dans des espaces régionaux, le second correspond au premier temps d'une régionalisation. S'en suivent la fin des Transatlantiques et l'affirmation des circuits régionaux puis l'ouverture du marché.

Les années 1990 marquent la phase de massification et de développement du secteur de la croisière dans la Caraïbe (Chapitre-2). Elle s'accompagne d'une phase de gigantisme, les compagnies de croisière renouvellent leur flotte et mettent à flot des navires plus autonomes et de capacité plus grande. Le produit croisière est fait de façon à répondre aux différences sociales et économiques des clients. Mais il doit aussi être rentable pour les compagnies de croisière (Chapitre-3).

L'objet de la seconde partie est d'étudier les territoires de la croisière. Aussi bien au départ d'un circuit, aux ports-base (Chapitre-4), que lors des escales (Chapitre-5). A travers plusieurs exemples dans la Caraïbe il est possible de voir dans cette partie comment sont construits les lieux et comment la clientèle y évolue le temps d'une escale (Chapitre-6).

La dernière partie examine les perspectives de développement et de pérennisation de l'activité au sein de la Caraïbe. L'autonomie sans cesse grandissante des navires de croisière n'est pas sans conséquence sur la participation des destinations (Chapitre-7). Une certaine spatialisation se dessine au sein de l'espace caribéen, cette dernière répond à une certaine logique économique et financière orchestrée dans une grande mesure par les compagnies de croisière elles-mêmes (Chapitre-8). L'ultime réflexion de cette thèse aborde la délicate question de l'évolution du secteur du point de vue des territoires d'accueil. Un véritable dilemme économique, environnemental et humain s'impose alors à eux (Chapitre-9).

4. *Les sources et données, les ressources bibliographiques : intérêts et limites.*

Les ouvrages scientifiques traitant de la croisière de façon générale sont en nombre très limité et révélateur d'une ouverture en matière de recherche sur le sujet. Cependant, un ouvrage fait office de référence, et a été fil conducteur dans la poursuite de nos recherches ; *Cruise Ship Tourism* de R.K. Dowling, publié en 2006, étudie de façon générale tous les atouts du tourisme de croisière, les différents bassins régionaux et leur évolution dans le temps, les interactions économiques, politiques et environnementales et les enjeux de l'industrie sont des exemples des grands titres qui constituent cet ouvrage.

Les auteurs comme Dowling (2006), Charlier et Mc Calla (2006) ou encore Papatheodorou (2006) abordent le sujet de la croisière de façon générale. Néanmoins, les articles et les thématiques qui composent l'ouvrage ne sont pas spécifiquement consacré à la croisière dans la Caraïbe, mais à l'ensemble des bassins régionaux de l'Asie, d'Europe, du continent américain, et des régions bordées par tous les océans, nous retenons ici, à titre d'exemple l'article de Miller et Grazer (2006) sur le marché nord-américain, celui de Robbins sur le marché Nord européen, Weeden et Lester (2006) sur les clientèles britanniques ou encore celui de Munro et Gill (2006) sur celui de l'Alaska.

Retenons également les articles qui abordent des sujets beaucoup plus spécifiques qui modèlent les interactions que produit l'activité de croisière quelque soit sa localité ; les auteurs parlent alors d'impact économique (Braun et Tramell, Klein, Ringer, Pennington-Grey, 2006), de globalisation (Wood, 2006), de supranationalisme (Timothy, 2006), d'ère postcolonialiste (Pulsipher et Holderfield, 2006) et plus proches des préoccupations communes, de politique environnementale (Dobson, Sweeting et Wayne, Sorensen 2006).

Seulement, si l'ouvrage de Dowling fait office de référence par la multiplicité des thématiques qui y sont abordées, et cela de façon générale, il ne peut être que fil conducteur dans une démarche plus ciblée complétée par des articles spécifiques au sujet. Par exemple, l'article de Dowling et Vasudavan parut en 2000 sur le nouveau millénaire de la croisière, plus spécifique encore, celui de Petrick en 2005, qui traite de la segmentation des passagers à l'intérieur d'un navire de croisière en fonction du prix d'achat. Ou celui de Dwyer et Forsyth qui en 1998 dans la revue *Tourism economics*, publiaient un article relatif à l'importance économique du tourisme de croisière et dans lequel les auteurs construisent un cadre théorique pour évaluer les impacts économiques de la croisière. Même s'il s'agit d'un exemple appliqué à l'Australie, c'est une bonne base de lecture complétée par l'article de Bresson et Logossah (2007), qui

semble apporter un élément de réponse à la spatialisation des circuits de croisière dans la Caraïbe en y incluant une étude économétrique (cf. chapitre-8), et celui de Bruce Marti qui en 1990 tentait dans son article *geography and cruise ship port selection process*, de trouver des réponses quant à la sélection des ports qui ponctuent les circuits de croisière.

Afin de récupérer les données statistiques de tous ordres (flux de passagers transportés, mise en service de nouveaux bateaux, rachat et vente des nouvelles compagnies, cessions et acquisitions), la consultation des sites en libre accès des associations à but non lucratif des différents bassins régionaux est nécessaire. La FCCA (Florida Caribbean Cruise Association) pour la Caraïbe, l'ECC (European Cruise Council) pour l'Europe et la Méditerranée, l'ACA (Asia Cruise association) pour le bassin asiatique dépendent de la CLIA (Cruise Line International Association) société nord-américaine en charge du management de la croisière en Amérique du Nord et dans le monde.

Pour être pertinent, les résultats d'analyses peuvent être couplés avec les rendus annuels de la *MARAD (Maritime Administration)*. Administration maritime américaine qui recense, annuellement, tous les navires quittant les ports américains, répertoriés et classés selon le nombre de passagers, le nombre de nuitées, la destination, les heures de départ et d'arrivée. Le recensement ne s'appuie plus sur l'inscription ou non à une association, mais sur le seul fait d'être au départ d'un port étatsunien (Porto-Rico compris).

Ensuite, il y a plusieurs façons d'aborder le sujet du tourisme de croisière, de façon purement touristique d'abord. Voir la croisière sous sa forme première, comme étant une activité touristique à part entière, et découvrir au fil des ouvrages et des articles, les modes et les manières d'être croisiéristes. Où faire une croisière, à partir de quel port-base, pour quelle destination, et surtout avec quelle compagnie, sont autant de questions auxquelles répond le Berlitz Cruise Guide. Il s'agit d'un ouvrage type « Guide du routard », mais pour les croisiéristes, qui reprend chaque année les nouveautés et les modes à suivre en terme de croisière. A la fin des années 1990, il faisait référence au concept naissant du *fun ship* de la compagnie *Carnival Cruise Line*, de la naissance des deux géants des mers de la compagnie *Royal Caribbean International* à la fin des années 2000. La version française de ce type de rédaction existe sous la forme d'un site Internet, « Mer et Marine », qui lui aussi reprend toutes les tendances, les nouveautés en terme de croisière.

La croisière est aussi abordée dans sa dimension historique, son développement dans le temps et dans l'espace afin de mieux comprendre l'évolution de l'activité et la prédominance de

certaines bassins régionaux. *Selling the sea: an inside look at the Cruise Industry*, rédigé par Dickinson et Vladimir en 2008 effectue ce travail d'histoire des premières traversées au départ de la Mer Baltique à la naissance et au développement des grandes compagnies nord-américaines d'aujourd'hui. Afin d'éviter les multiples écueils, les erreurs historiques et l'absence de connaissance concrète du marché chez certains auteurs, il est nécessaire de prendre connaissance des ouvrages traitant d'un cas précis : les plus beaux paquebots du monde, de Le Golff en 1998, qui retrace l'histoire des prestigieux navires de l'époque des transatlantiques, Saint John Thomas qui en 1990 raconte l'histoire de la compagnie Cunard, détentrice des célèbres Queen Mary 1 et 2 ; et enfin l'ouvrage de Takmakli, publié en 2008, *Modern cruise ships from 1931 to 2008*.

L'approche sociologique, les relations de l'homme au territoire, son appropriation de l'espace, sont les sujets qui fondent le questionnement sur les comportements humains d'un tourisme de masse organisé sur des rivages ciblés, et la croisière de masse qui engouffre son économie sur tous les espaces marins de la planète. Les travaux de Cuvelier, en 1999, sur les anciennes et nouvelles formes de tourisme, couplés à ceux de Deprest en 1994 sur le tourisme de masse, permettent d'émettre des pistes de réflexion sur les orientations sociales du développement de l'activité dans le bassin caribéen. La notion d'enclavement soulevée par George Cazes dans les années 1990, repris ensuite sous l'angle de la croisière par Jackson en 2004 dans son article *Beyond the tourist bubble ?* (Au-delà de la bulle touristique ; la bulle touristique faisant référence ici aux paquebots de croisière, devenus des lieux de villégiature fermés et sécurisés).

Enfin, sur le plan écologique et environnemental, nous avons suivi les travaux du professeur Ross A Klein, sociologue américain, lobbyiste et intervenant national auprès des services de l'Etat américain sur les risques liés au développement intensif de la croisière. Risques sur le plan humain, il reprend sur son site Internet, Cruise junkie, toutes les agressions dont sont victimes les croisiéristes à bord, et les disparitions de personnes, mais il écrit surtout sur les risques liés à l'environnement et les menaces qui pèsent sur les espèces marines.

Nous avons fait le choix, en plus des lectures spécifiques au sujet, de faire des études de terrain, pour comprendre, en réalité comment évolue l'activité de croisière, à la fois sous l'angle des compagnies de croisière, que sur celui des destinations, sous celui des ports-base que celui des ports d'escale, enfin sous l'angle des destinations publiques gérées par une administration étatique que sous celui de destinations privées, propriétés des compagnies de croisière.

Chapitre préliminaire — De l'exploration à l'exploitation : le processus de mise en tourisme des lieux

Trois objets fondamentaux sont traités ici, la construction du lieu de tourisme, le comportement et l'évolution des comportements touristiques à travers la psychologie humaine, et la construction de l'objet croisière et son cycle de vie.

L'application des différents concepts, concernant à la fois le cycle de vie d'une destination, l'analyse et la structuration de sa clientèle, a de complexe le fait de redéfinir l'espace géographique qui implique la croisière. Il s'agit en outre de redéfinir le terme de destination qui selon l'approche adoptée, est de deux ordres ; la première destination est le navire de croisière dans lequel les clientèles embarquent. L'évolution des navires et les équipements embarqués sont autant d'éléments qui accroissent l'autonomie du navire et induisent par la même sa nomination au rang de première destination croisière. Les territoires d'accueil, escales des circuits de croisière, ne sont que le prolongement de ces premières destinations, une continuité territoriale le temps d'une escale.

Ainsi, lorsque l'on désire appliquer les différents concepts de théorisation du tourisme, sous l'angle de la destination et du touriste, au seul tourisme de croisière, il est nécessaire de prendre en compte cette particularité qui lui est propre.

Ce chapitre préliminaire a pour vocation de montrer que l'évolution de l'industrie de la croisière est conforme aux théories qui tentent de comprendre le tourisme en général, dans le temps et dans l'espace.

I. Du tourisme à la croisière : identification des consommateurs

Avec le temps, les motivations et les objectifs des touristes changent et se diversifient ; le tourisme a changé notre regard sur la mer, les montagnes, les paysages, sur les valeurs : celles de l'oisiveté se sont transmises à travers les générations privilégiées et ont été transmises aux « stars » en tout genre. Le touriste aussi a changé, il s'est complexifié, diversifié dans ses stratégies exploratoires et sa relation au monde, intégrant de nouvelles strates de perception et d'action (J-D Urbain, 2010), il est devenu spécifique et exigeant (F. Michel, 1998).

L'enjeu contemporain consiste à transporter ces masses, à les héberger, à réguler leurs flux, à attirer leur attention, éveiller leur désir, mais il n'est pas de l'intention de renouveler le tourisme. (Boyer, 2007).

Plusieurs auteurs ont fait évoluer des concepts autour des clientèles de touristes au fur et à mesure du développement de l'activité (Boyer 2002, MIT 2, 2007, Plog 1973). Cependant, les études ne se sont pas attachées à modeler ces concepts dans un cadre propre au tourisme de croisière. Néanmoins, quand il s'agit de définir les vagues successives de clients qui investissent les lieux saison après saison, tous s'accordent à dire que la diffusion du tourisme se fait par évolution successive. Il est d'abord inventé par les classes les plus aisées d'une société, et se diffuse progressivement au reste de la population en respectant chacune des étapes imposées au passage d'une classe inférieure.

Marc Boyer (2002) insiste sur le fait que *comme dans tous les processus étudiés sur le tourisme ce sont d'abord les élites de la société qui s'approprient et font évoluer en premier un produit*. Tooman (1997), dans son approche sur le cycle de vie d'une destination, va dans le prolongement de cette idée en précisant que ce sont les artistes les premiers à chercher des lieux insolites et paisibles pour y trouver de nouveaux sujets d'inspiration. Le lieu s'ouvre ensuite aux poètes, au milieu du cinéma, aux acteurs puis aux riches personnes influentes. Dans cette progression, le lieu devient une destination identifiable et à la mode avec des structures hôtelières et des commerces ; à ce moment, davantage de personnes appartenant à la classe ouvrière investissent le lieu ce qui conduit au départ des visiteurs d'origine.

L'accessibilité d'un produit, son expansion à d'autres clientèles aboutit à la massification du produit, c'est-à-dire le moment où le produit touristique est rendu abordable à une majeure partie d'une société, il n'est plus l'exclusivité des élites, mais de l'intérêt des masses.

Alors, le paysage de la destination change tant les infrastructures d'accueil (hébergement, transport et nourriture) ont largement augmenté en quantité, pour permettre un accueil

suffisant de ces masses. La capacité d'accueil étant plus grande, l'offre touristique s'embellit, se complexifie, mais n'évolue plus.

C'est donc dans ce contexte de touriste pionnier qu'il faut percevoir les aristocrates britanniques, puis les élites des capitales européennes comme étant les inventeurs du tourisme à partir desquels se construisent les destinations touristiques des rivages méditerranéens et s'affinent graduellement leurs positionnements.

Le processus initial qui soutient les fondements du tourisme international naissant, en ce début de XIXe siècle, engendre également toute la logique du tourisme de croisière, en particulier en Europe du Nord.

Se distinguer, s'éloigner de tout ce qui est « commun » (Bourdieu, 1979, 278) était le ressort essentiel du *Tour*, plus que la valeur pédagogique attribuée aux voyages. Des esprits originaux, gardiens culturels [...] ont, au XVIIe siècle, proposé des pratiques d'oisiveté, des migrations codifiées, des lieux d'exceptions (Boyer, 2002). Comme le souligne M. Boyer, « pour devenir gentleman (...) les jeunes aristocrates britanniques partent un an ou deux (c'est ce que l'on nomme « The Tour », qui commence en Angleterre vers 1700), parcourir toute l'Europe occidentale, avec Rome comme destination ultime » (2002 : page). Les clientèles de ce *Tour*, constituées de riches aristocrates, qui vont suivre dans la première partie du XIXe siècle, vont définir et imaginer cette Europe, retranscrite par les écrivains de l'époque « *L'Italie de Stendhal est le pays de l'intrigue, des aventures et devient, après Flaubert, le grand Musée ; l'Espagne est terre de passion et de mort et la Corse île de vendetta selon Mérimée ; l'Allemagne le pays romantique par excellence, la France incarne la douceur de vivre ; la Suisse est le pays à visiter* » (Boyer, 2002).

Le rôle de ces jeunes et riches européens tient du fait qu'il s'agit là des touristes pionniers, les premiers à reconsidérer les limites géographiques de leurs déplacements, les inventeurs de l'oisiveté organisée : les premiers touristes. Ces riches Anglais initient une forme de tourisme, modèle le territoire, l'aménage, autant d'argument pour élargir les raisons d'y faire venir d'autres touristes, jusqu'à l'achèvement de leur moment de lieu et donc des vagues successives de touristes de moins en moins fortunés, mais avides de distraction et de connaissance de ces lieux longtemps imaginés (MIT 2, 2005, 54).

Le tourisme de croisière se base sur un développement similaire. Il introduit les riches aristocrates anglais et les riches entrepreneurs nord-américains sur des voyages entre l'Europe et l'Amérique du Nord – les Transatlantiques. Depuis la mise en service des bateaux au début du XIXe siècle, son schème de développement répond à ce cycle de vie ponctué par différentes coupures d'ordre économique et politique.

Le comportement de ces riches anglais conduira par la suite à de nouvelles façons d'explorer, de consommer le lieu, la destination. Ils font évoluer, dans leur génération, les différentes façons de se déplacer, ne s'attachant plus à la continentalité des destinations et repoussant sans cesse les limites des grandes villes.

Plus encore que le privilège de passer ses vacances à la montagne, pendant la saison hivernale, ces aristocrates organisent désormais leur temps de villégiature au fur et à mesure qu'il s'installe dans la vie. Au déplacement entre copains lors du « Tour », il faut envisager une façon plus rigoureuse de voyage, en famille. Le début des circuits de croisière, organisés au départ de l'Angleterre à destination de la péninsule ibérique notamment, coïncide avec cette demande de renouvellement engagée par ces jeunes aristocrates d'antan.

Ainsi, l'approche selon laquelle les différentes formes de tourisme, qu'elles soient de montagne, balnéaire ou de croisière, évoluent grâce aux différentes vagues successives qui se l'approprient est rendue exacte dès les premières formes de tourisme.

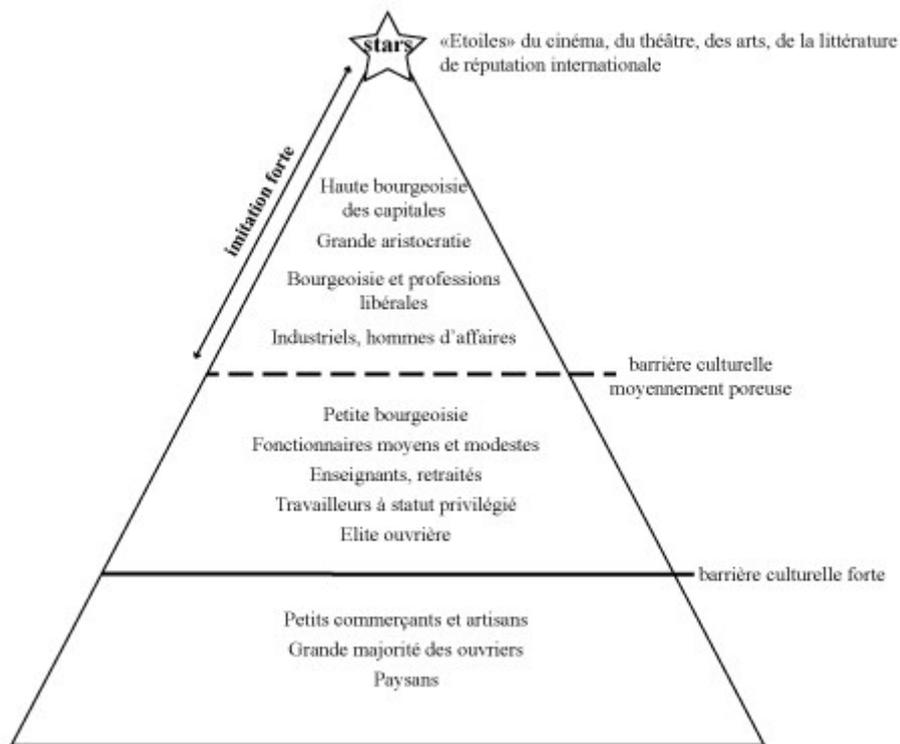
La pyramide de Boyer (cf. Figure 2), reprend ce qui pour lui est l'essence de l'invention du tourisme et le phénomène de mimétisme des différentes couches de la société qui en découle. Selon lui, une forme, « la plus originale », de la société, invente une façon de vivre, de consommer et de s'approprier un lieu ; il les identifie comme les « stars », les personnalités du monde du cinéma, des arts, du théâtre et de la littérature (anciennement les familles royales, les artistes et les écrivains) ; tous ceux qui ont une réputation, une influence sur les modes de consommation, à l'internationale. S'en suit une imitation dans les formes de consommation, de la haute bourgeoisie des capitales mondiales aux petits commerçants et artisans.

La forme pyramidale du schéma de Boyer représente une population donnée, cet aspect peut être élargi à l'ensemble de la population mondiale, dans la mesure où le tourisme abaisse les frontières et augmente les interactions. Les stars du monde entier inventent et réinventent de nouvelles formes de consommation, de nouveaux lieux de villégiature, dont ils seront les seuls consommateurs l'espace de quelques saisons.

De la pointe de la pyramide à sa base, les quantités d'individus augmentent, il y a moins de stars de cinéma qui inventent que de paysans qui imitent. Mais la phase la plus importante dans le processus d'imitation est le changement dans la forme de consommation tant les moyens pour y parvenir diminuent à chaque groupe sociétal concerné. Ainsi chaque groupe réinvente une nouvelle façon de consommer selon ses caractéristiques propres ; une barrière

culturelle de moins en moins poreuse qui associe au terme d'imitation utilisé par Boyer celui de réinvention imposé par les couches successives de consommateurs.

Figure 2— L'invention de distinction (Boyer, 1995) et l'imitation dans le tourisme (Boyer, 1999) : la pyramide de Boyer



Source : Boyer, 1995, 1999, 2007

Ainsi, le produit de base est associé à une catégorie de clients qui l'invente certes, mais ce produit de base est amélioré puis réinventé jusqu'au renouvellement de catégorie, et ce jusqu'aux couches les plus basses de la société, sous réserve d'une certaine accessibilité à cette ressource tourisme.

Ainsi, les touristes diffèrent selon le stade de maturation de la prestation croisière qui leur est offerte : une différenciation essentiellement temporelle qui se fait au rythme des moyens de la clientèle en place. D'une invention primitive réservée aux plus riches à un service touristique basique attribué aux masses.

Le concept de Boyer tient lieu ici de fil conducteur dans l'établissement de la croisière, des confins de la Baltique à la fin du XIXe siècle, aux circuits spécialisés que nous connaissons aujourd'hui.

Comprendre le passage entre le tourisme de séjour et le secteur de la croisière, c'est aussi comprendre le comportement des touristes eux-mêmes. Comme l'a souligné M. Boyer (2002) les activités touristiques subissent des phases de mutations par rapport aux changements des clientèles qu'elles côtoient. « Les inventions de distinction – de lieux et pratiques – sont suivies de consécration par groupes socioculturels dominants [...], puis une diffusion se produit par l'imitation des couches sociales proches et l'appropriation ». Le tourisme, qu'il soit de croisière ou de séjour, à toujours été dans ses débuts, l'apanage des élites. Des Tourings Clubs d'Angleterre à l'extension du tourisme à de nouvelles catégories dites « populaires » dans les années 1930, les lieux et les formes de tourisme ont été exclusivement réservés aux élites de notre société moderne.

La France en particulier, a facilité l'accès de ces classes populaires aux activités touristiques en leur permettant de disposer, « pour aller en vacances, de billets de congés dits populaires et d'hébergements dits complémentaires par rapport à l'hôtellerie dite traditionnelle » (Boyer, 2005, 7). Nous nous orientons davantage vers une adaptation des différentes formes de touristes aux moyens financiers des clientèles qu'elles visent. La distinction se fait sur des critères de qualité et d'accès au service organisé sous la forme de produits étoilés ou encore avec des appellations qui spécialisent le produit réduisant son accessibilité à cette seule catégorie de clientèles dites « riches ».

En d'autres termes, le schéma du développement touristique se présente de la façon suivante : une fois que les riches ont fini d'inventer des lieux et des modes de consommation, laissent l'activité aux couches sociales qui les suivent ; jusqu'à la massification du produit : l'accessibilité du produit à toutes les couches sociales.

Cette massification du tourisme de croisière – augmentation du pouvoir de consommation organisée par les producteurs – s'établit, non pas sur le même rythme, mais sur les mêmes termes que le tourisme en général.

Une autre approche, bien différente de la précédente, s'impose lorsqu'il s'agit d'identifier les clientèles de tourisme.

Au-delà des besoins, plus ou moins vitaux, qui régissent notre existence, Maslow a établi une hiérarchisation des besoins qui traduit les motivations des hommes (cf. Figure 3) : c'est-à-dire qu'il faut à chaque étape de la pyramide des besoins de Maslow, que l'homme ait un degré de satisfaction suffisant pour se sentir intégrer à sa société.

Même si cette théorie a largement été appliquée au management entrepreneurial, elle trouve aussi son sens quant à la description et à l'identification des consommateurs dans le cadre du

tourisme, et particulièrement celui qui nous concerne ici, la croisière. La pyramide de Maslow y trouve son sens selon nous, pour une raison principale : la vie d'un touriste dans un navire de croisière doit répondre aux attentes de ce dernier. Ces besoins, désormais rendus vitaux par son quotidien, doivent être complètement comblés une fois arrivé sur ce paquebot, plus encore dans la mesure où ces vacances tant espérées ont été vendues comme un rêve, une forme idéalisée d'un monde parfait.

Figure 3— La pyramide de Maslow



Maslow, 1943

Les limites de la pyramide de Boyer sont ici dépassées, il ne s'agit plus de l'identification sociale d'un touriste, mais bien du niveau de satisfaction auquel il peut aspirer une fois dans son environnement touristique.

Les besoins psychologiques, premier palier de la pyramide de Maslow, sont des besoins vitaux de base qui sont assurés de façon logique dans le navire de croisière. Par transposition au tourisme de séjour, le navire de croisière n'est qu'une continuité dans l'aménagement et l'accueil touristique, et est de ce fait apparenté aux complexes touristiques identifiables à travers le monde. La nourriture, l'eau, l'accès aux commodités sanitaires, le confort des chambres, sont des conditions obligatoires dont l'accès est facilité, de façon logique, à toutes les catégories navigantes d'un paquebot.

Le besoin de sécurité a évolué dans le temps avec pour caractéristique première de s'être complexifié. C'est-à-dire que les lieux sont de plus en plus réservés et donc fermés au monde extérieur ; augmentant de ce fait le sentiment de stabilité de l'environnement qui est offert au client, limitant les perturbations qui pourraient altérer son séjour. Les navires de croisière sont impénétrables de l'extérieur, exclusivement réservés à cette seule clientèle de croisiéristes dont le but légitime est d'augmenter et de nourrir leur sentiment de sécurité.

Le besoin d'appartenance et d'amour, qui rejoint celui de l'estime de soi, réside dans le fait qu'un individu doit se reconnaître et être reconnu dans sa situation de croisiériste. Il évolue, le temps d'un circuit, au milieu d'une tribu, reconnu au rang de congénère, par ses partenaires d'un instant. Les modes de consommation, les rythmes imposés par les escales successives font qu'il devient un semblable fier d'appartenir à ce groupe de croisiéristes.

Pouvoir prendre des initiatives et des risques, vivre des expériences variées et enrichissantes et pouvoir décider sont les quelques options qui permettent d'approfondir l'analyse du besoin d'accomplissement de soi. Le pouvoir de décision, de libre choix, ou d'en avoir l'impression, est l'une des conditions pour que le touriste, croisiériste, soit satisfait ; d'abord de lui même, ensuite de la prestation croisière qu'il a payé.

Au sommet de cette pyramide, le besoin d'accomplissement de soi est le but ultime à atteindre sur l'échelle de la satisfaction personnelle. Un besoin d'ordre supérieur ne peut être satisfait que si les précédents le sont pleinement. Le croisiériste, même s'il est plongé hors de son quotidien, doit avoir des repères de vie, retrouver des gestes habituels, presque automatiques, du quotidien. Les responsables des compagnies de croisière, ceux qui régissent les navires, doivent prendre en compte cet état de satisfaction.

Si certains auteurs se sont davantage appuyés sur le comportement des touristes et de leur origine sociale pour comprendre comment évolue un produit touristique, Plog (1973) interprète cela de façon plus psychologique.

Il identifie alors trois types de touristes : les allocentriques, les « *midcentric* » et les « *psychocentrics* ». L'angle sous lequel Plog identifie ces différentes formes de touristes, conduit dans un sens à identifier le moment où un touriste de séjour devient éventuellement un croisiériste. Il apporte également, des éléments constitutifs d'une partie à prendre quant aux désirs des dirigeants de certaines destinations de voir venir les croisiéristes en touristes de séjour.

Conformément au cycle précédemment énoncé, les caractères sociaux des individus sont ici respectés, des *allocentriques* aux « *psychocentrics* », les niveaux de vie et les revenus de chacune des catégories diminuent.

Les allocentriques sont les premiers à visiter et à découvrir un lieu. Le nombre d'allocentriques augmentant dans le temps, ils développent la réputation et le rendent « in » (Tooman, 1997 : 216). Ensuite viennent les allocentriques moins curieux, moins nombreux ; des installations touristiques émergent et s'étendent faisant place à la seconde catégorie de touristes les « midcentric ».

Ils concernent une plus grande part de la population et préfèrent des destinations facilement accessibles, prévisibles et confortables. Leur implantation est synonyme pour Plog, de maturation de la destination, elle a atteint son maximum en terme d'accueil, elle offre une gamme complète de services, de commodités et de divertissement. Cette catégorie laisse à son tour, place aux touristes les moins aventureux du modèle : les « *psychocentrics* ».

Ils voyagent beaucoup moins que les touristes des catégories précédentes, restent très peu de temps dans une destination et dépensent très peu d'argent, enfin ils préfèrent les destinations les plus familières possible. Plog (1973) indique que la phase où les « *psychocentrics* » sont majoritaires correspond à la phase où la destination décline, en nombre de touristes et en qualité de service.

Dans son modèle sur le cycle de vie d'une destination, Plog (1973) identifie trois types de touristes qui se succèdent dans le temps et s'approprient de façon différente le territoire. Son analyse, abordée sous notre angle d'approche, nous permet d'appuyer les étapes du développement d'une destination selon Boyer, le MIT, mais c'est aussi l'occasion d'apporter une ébauche de réponse quant au passage d'un touriste de séjour en croisiériste.

Les croisiéristes d'aujourd'hui sont des « *psychocentrics* », ils consomment le territoire ponctuellement, minimise leurs dépenses au sol. Leur première destination est le bateau de croisière, ils accordent donc peu d'importance au pays visité, ce n'est que le second plan de leur voyage, une étape imposée par les compagnies de croisière. Ils ne sont pas soucieux de la découverte, mais égoïste de leur bien-être.

L'approche de Plog est un croisement entre à la fois le cycle de vie d'une destination et celui de l'expérience touristique au travers des vagues successives de touristes qui consomment et s'approprient le lieu. Une synthèse d'évolution des deux formules qui permet de connaître, à chaque stade d'évolution d'une destination, le type de touriste qui y est associé.

Enfin, l'argumentaire de Plog ramène aussi à une phase de déclin, qui dans le secteur de la croisière marque un frein à cette idée sous-jacente de renouveau : un touriste de croisière reste

un touriste de croisière, un « *psychocentric* », il se complet dans ce statut, ce n'est ni un aventurier, ni un explorateur, c'est un consommateur de masse rapide et ponctuel. L'aboutissement, dans l'évolution des clientèles de tourisme, se traduit par la massification du produit, c'est-à-dire sont accessibilité à une majorité, comme c'est le cas pour Boyer.

II. *Evolution des flux et structuration du marché de la croisière dans la Caraïbe*

Le concept de *Tourism Area Life Cycle* développé par Butler (1980), explique la mise en interaction entre évolution d'une destination et flux touristique. Son explication, schématisée sous forme de courbe, montre qu'un espace ne peut connaître une fréquentation indéfiniment croissante (Marques, 2012).

L'intérêt de l'appliquer au tourisme de croisière vient du fait que même si la destination est reconsidérée au fil du temps, dans ce secteur, les îles, les territoires, ont longtemps tenu une place importante dans la pérennité de l'activité. L'application de cette courbe aux flux de croisiéristes dans la Caraïbe nous amène à apprécier la place de la Caraïbe dans le système mondial du développement de la croisière.

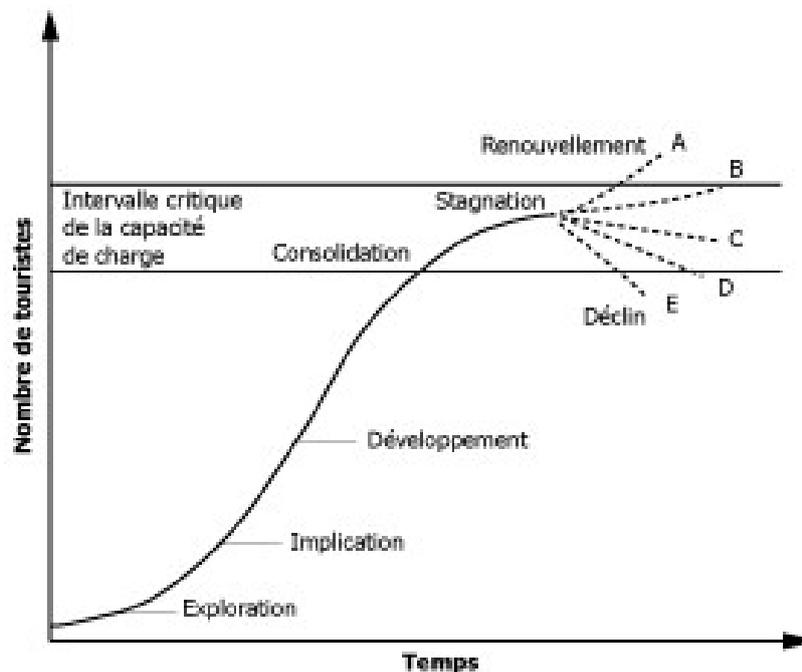
Le développement des destinations, dans le cadre de l'évolution touristique régionale, est lui aussi soumis à un modèle de développement et implique à chaque temps une catégorie de clientèle définie. Butler (1980) applique cette évolution à la destination elle-même (cf. Figure 4), et en distingue cinq étapes : la phase d'exploration (i), d'implication (ii), de développement (iii), de consolidation (iv), de stagnation (v) qui conduit soit à une phase de déclin (a) ou à celle dite de renouveau (b) (renouvellement). L'exploration : un nombre limité et sporadique de visites par un petit nombre d'aventuriers. Les contacts avec les autochtones sont élevés cependant les impacts financiers et sociaux sont réduits. L'implication : l'augmentation des visiteurs implique une légère augmentation des infrastructures spécifiquement réservées aux touristes. L'économie du pays change, s'oriente et se spécialise dans ce secteur. Les notions de destination touristique et de saisonnalité émergent.

Le développement : le marché du tourisme connaît une expansion caractérisée par l'intérêt d'investisseurs étrangers pour la destination. L'accès y est facilité par le développement d'infrastructures routière, aéroportuaire et portuaire. Ceci induit une diminution du contrôle des collectivités locales. La consolidation : la majeure partie de l'économie locale est orientée vers le marché du tourisme et l'ensemble du secteur est géré et organisé par des franchises et des chaînes hôtelières. Les flux de visiteurs continuent d'augmenter, mais de façon moins significative, désormais il s'agit d'étendre le marché à destination de client plus éloigné géographiquement. Les infrastructures ne répondent plus aux attentes du moment et doivent être remplacées. La stagnation : les capacités d'accueil sont atteintes ou dépassées ce qui

entraîne des problèmes du point de vue social, économique et environnemental. La destination n'est plus considérée comme étant à la mode. Deux phases peuvent la succéder :

Le déclin : Les touristes sont davantage attirés par de nouvelles destinations et les installations touristiques sont remplacées par des infrastructures non touristiques. Ceci renvoie à une image moins attractive de la destination parce que moins viable. La destination devient alors un « bidonville touristique » (Tooman, 1997 : 217).

Figure 4— Le cycle de vie de la destination : la courbe de Butler



Source : Butler, 1980

Le renouvellement : Un changement radical, dans la structure et l'organisation de la destination est engagé. Ainsi, plusieurs nouvelles attractions artificielles sont créées ou de nouveaux sites, jusque-là inexploités, sont utilisés.

Chacune des étapes énoncées par Butler correspond à une clientèle particulière, plus ou moins investie dans le développement du tourisme : les destinations et les clients évoluent.

Sur la base du schéma de Butler, ce sont les destinations elles-mêmes qui sont analysées, sous l'angle de l'appropriation des lieux et du développement du territoire. La mise en tourisme d'une destination implique les interactions entre plusieurs acteurs, les touristes eux-mêmes, les territoires qui les accueillent et les *Tour Operator* qui organisent les voyages. L'efficacité des territoires d'accueil est influencée dans le temps, d'une part, par sa capacité à maintenir les

infrastructures en état de fonctionnement et de toujours augmenter, sinon maintenir, les flux de touristes. L'évolution entre les territoires d'accueil et les croisiéristes se fait de paire, les lieux évoluent au fur et à mesure que les clients l'investissent.

La différence entre le tourisme élitiste et le tourisme de masse, consisterait en la mainmise de « l'industrie » sur cette activité humaine (Deprest, 1997). Les années qui suivent la décennie 1990 sont synonymes de massification du tourisme de croisière dans la Caraïbe. Flux de croisiéristes et nombre de navires mis à flot augmentent de façon significative, et font asseoir l'activité sur toutes les destinations de la Caraïbe.

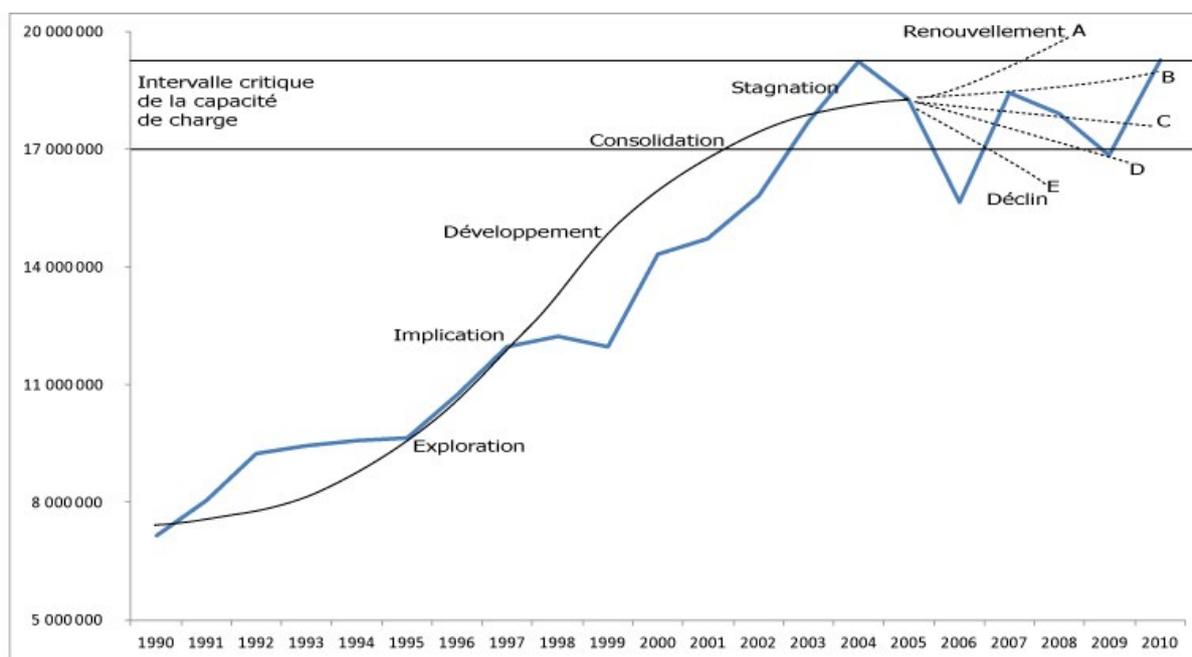
De façon générale, les flux de croisiéristes dans la Caraïbe ont été en constante évolution entre 1990 et 2010. Avec une moyenne d'évolution annuelle de 5,2 % entre 1990 et 2010, le tourisme de croisière est le secteur de l'activité touristique en général qui a connu le plus fort taux d'accroissement, celui du tourisme de séjour est d'environ 4 % sur la même période (UNWTO, 1990, 2010).

Cependant, même si l'évolution a été constante sur l'ensemble de la période, elle n'est pas significativement régulière. En considérant la Caraïbe comme un ensemble, une destination, nous avons choisi d'appliquer la courbe du cycle de vie d'un produit touristique de Butler pour comprendre et appréhender l'évolution des flux de croisiéristes dans la Caraïbe entre 1990 et 2010.

La courbe de vie de Butler s'applique à toutes les destinations, qui selon Haywood (2006 : 52) peuvent être considérées comme étant tous les espaces aménagés pour l'accueil des touristes. Aucune précision n'est apportée à la dimension géographique du territoire, et sont pris en compte des espaces aussi grands qu'un pays que des espaces plus réduits tels que les villes, les sites historiques ou encore les parcs à thème.

Chacune des étapes de la courbe de Butler correspond à des intervalles datés appliqués à la courbe des flux de croisiéristes dans la Caraïbe entre 1990 et 2010. Il est évident, au regard de tout ce qui a été énoncé précédemment, que le tourisme de croisière n'a pas débuté en 1990 dans la Caraïbe. Seulement, selon notre point de vue, les années 1990 correspondent à une phase de renouveau de la croisière dans la Caraïbe et implique désormais toutes les destinations du bassin caribéen et une volonté plus grande des compagnies de croisière de développer ce secteur touristique et améliorer les navires en service. Ainsi, cette période de renouveau correspond au tourisme de croisière à partir duquel s'est développé le marché que nous connaissons aujourd'hui.

Figure 5— Evolution du tourisme de croisière dans la Caraïbe de 1990 à 2010



Source : Dowling 2005, CTO 2010, Butler, 1980

Le produit désigne aussi bien un objet matériel, qu'un bien intangible ou un service, qui répond à un besoin spécifié des consommateurs et s'inscrit dans la stratégie de positionnement d'une marque. Dans le cadre de la croisière, ce n'est pas la Caraïbe le produit, car ce n'est pas elle qui est mise en vente, il ne s'agit la que de l'emballage. Le produit c'est l'ensemble des prestations qui sont vendues et qui constituent la prestation finale ; les activités sur le bateau, les animations, la nourriture, l'hébergement et les excursions. Le produit croisière englobe tous ces éléments. Les flux servent à mesurer la consommation de ce produit, et son positionnement, non pas par rapport à un autre puisse qu'ils sont fondamentalement les mêmes, mais par rapport à un autre emballage.

Le modèle de Butler est basé sur le concept de cycle de vie du produit, où les ventes d'un produit débutent lentement, connaissent un taux de croissance rapide, se stabilisent puis diminuent comme dans le cadre du tourisme, les touristes viennent en petit nombre au départ, limité par le manque d'accès, les aménagements et installations et surtout les connaissances locales (Butler, 2006 : 4). Les premiers temps de la consommation du produit correspondent en fait à une phase de tâtonnement, de test, du point de vue des compagnies qui développent ce nouveau marché, un privilège pour les premiers consommateurs, dans la mesure où le

produit n'est pas proposé en quantité suffisante pour répondre aux attentes d'une clientèle élargie ; et enfin une opportunité pour les destinations, dans le cas de la croisière, de se positionner sur un marché novateur qui dans une autre mesure va diversifier l'activité touristique en général sur le territoire.

C'est ce à quoi correspond la première période des flux, de 1990 à 1995 (cf. Figure 5) ; à ce moment la Caraïbe accueille, avec un taux moyen annuel de 7 %, moins de 10 millions de croisiéristes (CTO, 2010). Les îles commencent juste à se positionner sur ce nouveau marché de la croisière, et la phase d'exploration correspond à la période nécessaire pour elles de mettre en place les équipements, portuaires essentiellement, et la logistique de gestion de la clientèle en place. Les compagnies acquièrent davantage de navires, qu'elles désirent plus puissants avec davantage de capacité d'accueil. Le tourisme de croisière se reconnaît dans ce phénomène de massification à partir des années 1990, marqué notamment par la construction et la mise en service de navires plus grands, mais aussi et surtout par la multiplication des escales à destination des îles déjà bien investies dans ce tourisme dit de masse. Les rouages d'un tourisme de croisière de masse sont désormais opérationnels à l'aube des années 2000, il s'agit désormais de renouveler la flotte, de rationaliser les circuits et d'optimiser le produit. Le développement de l'activité s'inscrit dans la continuité des initiatives prises vingt ans plus tôt (Dehoorne et al, 2008).

Cette décennie 1990 sera témoin de nombreux changements dans le secteur du tourisme. La construction de complexes touristiques ciblés sur les rivages caribéens est de plus en plus fréquente, assurant par la même l'aspect tropical et exotique promis au départ. Même si le tourisme de croisière évolue de façon très significative, il n'en reste pas moins, à ce moment, en marge du tourisme de séjour de masse.

La phase d'implication quant à elle, traduit du succès des entreprises effectuées les années précédentes. Les territoires sont prêts à accueillir cette clientèle spécifique, les aménagements portuaires et aéroportuaires sont désormais opérationnels ; et les compagnies de croisière effectuent des circuits bien établis en adéquation avec les capacités d'accueil des territoires. Les navires circulent de façon régulière, mais vont rapidement se retrouver en nombre insuffisant face à l'engouement des clientèles, désireuses d'effectuer les croisières, et des territoires d'accueil prêts et disposés à accueillir davantage de clients.

Cette phase d'implication montre l'intérêt que chacun des acteurs montre au développement du secteur, et elle (la phase) laisse rapidement place à l'étape du développement. L'évolution annuelle moyenne est de 4,8 % (CTO, 2010), ils évoluent moins rapidement que la période

précédente parce que les compagnies ont atteint les limites de leur capacité de charge (Butler, 2006 :6).

La phase de développement reflète un marché touriste bien défini, les installations anciennes sont remplacées par des aménagements plus gros et plus élaborés (Butler, 2006 :6). Cette phase correspond, dans le tourisme de croisière, au début des années 2000 : l'ère du gigantisme. Les navires sont beaucoup plus gros, ils peuvent désormais accueillir plus de 4000 passagers et dépassent les 150 000 tonnes. Les îles de la Caraïbe doivent constamment s'employer à présenter les infrastructures portuaires les plus efficaces au regard de ces navires toujours plus imposants et les investissements à supporter sont alourdis par le gigantisme des navires (Dehoorne et al. 2008).

Cette course au gigantisme aura un effet direct sur les masses transportées et aura pour autre effet de voir augmenter de façon significative les flux de croisiéristes dans la Caraïbe dans la mesure où le nombre de passagers transportés en même temps est plus élevé. Le taux de croissance annuel moyen entre 2000 et 2005 est de 6,8 % (CTO, 2010), presque autant que cela établit quelques années plus tôt. Dans leurs prévisions sur l'évolution des flux dans la Caraïbe, Hall et Braithwaite (1990) avaient envisagé que les capacités d'accueil et les passagers transportés, dans le cadre de la croisière, allaient supplanter les chiffres du tourisme de séjour à l'aube de l'année 2005. Ce fait a été vérifié quelques années plus tôt, en 2003, les chiffres des arrivées de touristes internationaux dans la Caraïbe atteignaient les 17 millions de visiteurs quand celui des flux de croisiéristes était de 17,7 millions. Cette phase de développement s'associe à l'ère du gigantisme. Le gigantisme se définit comme étant le fait que les compagnies de croisière augmentent la taille de leur navire et augmentent ainsi leur capacité d'accueil. Les navires de plus de 100 000 tonnes, à l'instar du *Carnival Conquest* et du *Carnival Glory*, de la compagnie *Carnival Cruise Line*, respectivement mis en service en 2002 et 2003, puis des navires de plus de 150 000 tonnes comme le *Freedom of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International* mis en service en 2006 et pouvant accueillir plus de 4 000 passagers.

Enfin interviennent les phases de consolidation et de stagnation qui symbolise ce que Butler interprète comme étant l'intervalle critique de la capacité de charge. C'est-à-dire le nombre maximum, ou optimum que les destinations peuvent tolérer ou gérer. Les compagnies de croisière ont répondu à cette rupture en augmentant leur flotte d'une part, mais aussi et surtout en augmentant les capacités des navires mis en service. Cette phase de stagnation est aussi synonyme pour les territoires d'accueil d'un développement soutenu de l'activité touristique

dans son ensemble. Des politiques de développement apparaissent et les territoires d'accueil choisissent leur degré d'implication dans le tourisme de séjour et le tourisme de croisière.

Les éléments de réponse se trouvent dans les aspects qualitatifs des territoires caribéens et leur capacité à renouveler le marché, mais aussi, et surtout du point de vue des compagnies de croisière dans l'affectation de leurs navires.

III. De la popularisation du tourisme au développement des principes de masse : lecture des flux et synthèse

Inspirés de la courbe de Butler (1980), qui croise le nombre de touristes et la variable temps, nous prolongeons l'analyse en y incluant la variable du prix du produit en indiquant que le prix est un facteur déterminant dans la consommation du produit touristique.

Boyer appuie son analyse sur la distribution des catégories sociales (les strates) de la société en démontrant que se sont d'abord les élites, les artistes et les familles royales qui inventent le lieu et incite le reste de la société à les imiter, des aristocrates à la bourgeoisie en passant par les rentiers puis aux artisans, paysans et ouvriers. Il convient de s'interroger sur les interactions entre les touristes (leurs classes sociales), la durée de vie d'un produit touristique et les variations du prix de ce produit, à partir desquels pourront être analysé et identifier, les origines sociales des clients et leur évolution graduelle dans le temps.

En y incluant le prix, il s'agit de faire ressortir une contrainte qui impose une réflexion de l'accessibilité au lieu. En gardant à l'esprit que ce sont les élites qui construisent le lieu, il leur appartient de le rendre accessible à leur seule catégorie sociale en imposant un prix de marché élevé, donc sélectif.

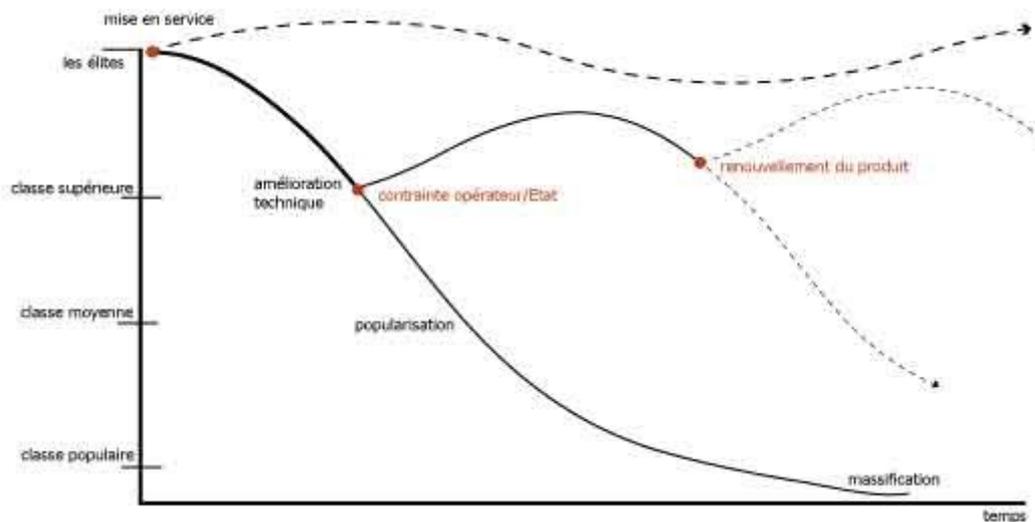
Cette observation peut être décomposée à travers la réalisation d'un schéma inspiré du cycle de vie d'un produit de Butler, croisant le profil des clientèles et les étapes de la construction de l'offre croisière (cf. Figure 6) : de la mise en service à la modernisation du moyen de transport grâce aux progrès et innovations techniques, lesquelles autorisent un changement d'échelle de l'offre qui va se traduire par une massification.

Suivant le modèle de Butler, un regard particulier doit être porté sur les clientèles qui donnent tout son sens à ce produit ; le découpage social proposé par Chauvel (2004) permet de poser cette base de réflexion. Ces clientèles peuvent être partagée en quatre catégories qui seront distinguées selon leur niveau de revenus qui suggère donc un potentiel de consommation couplé à un positionnement social : les élites argentées vont ouvrir la voie, comme le souligne l'historien du tourisme M. Boyer (2007) et rejoignant les travaux P. Bourdieu (1979) sur les principes de distinction et de mimétisme. Le départ en vacances des masses est le fruit d'un travail séculaire des élites (Deprest, 1997 : 14).

Les termes définissant les classes sociales évoluent dans le temps, mais le principe d'élite et de classe populaire repose sur un socle commun. Nous retenons ici quatre catégories sociales, sur le modèle de celle proposée par Chauvel (2004): classe populaire, classe moyenne

salariée, classe supérieure, classe « *titulée* » que nous nommons les élites, ceux qui définissent les rythmes et les modes de consommation.

Figure 6— Rythme d'évolution et mode de consommation du produit touristique



Source : auteur, 2013

Les premiers circuits sont organisés en Europe du Nord, sur les rivages de la mer Baltique et de la Méditerranée, lieu où se joue une relation nouvelle de l'homme à la mer comme cela a été le cas pour Brighton, au milieu du XVIIe siècle. C'est ainsi que ces bassins régionaux sont devenus des lieux pour une nouvelle pratique, permettant à ces sociétés d'aristocrates de se distinguer (MIT 2, 2007). La compagnie *Canadian Pacific*, à bord de l'*Empress of Japan*, au départ de l'Angleterre pour des circuits vers les côtes pacifiques du Japon et de la Chine dans les années 1930, offraient l'opportunité à une cinquantaine de bourgeois, les élites de la société anglaise de profiter de ces circuits (Wilkinson, 2008). Tout le secteur de la croisière est rythmé par ce modèle, création des élites et appropriation des classes sociales.

Ainsi, les lieux touristiques se fondent sur un effet de mode de chaque classe composant la société s'approprie et consomme à sa manière. D'abord fruit d'une population élitiste, les lieux touristiques évoluent jusqu'à attirer des masses qui remodelent l'espace. Au fur et à mesure que cette clientèle change, les lieux touristiques se transforment, ils attirent plus de clients en même temps, augmentent leurs capacités de charge jusqu'à en atteindre l'extrême limite. C'est à ce moment que le lieu perd de sa notoriété et oscille selon Butler entre stagnation, c'est-à-dire attirer toujours la même clientèle en genre et en nombre, déclinaison, perd de sa clientèle,

ou redéploiement c'est-à-dire que l'activité de tourisme redémarre à partir d'un nouveau produit par exemple.

La croisière a connu ce même cheminement, d'abord une activité réservée aux riches Anglais elle s'est largement développée, pour devenir cette activité de masse dont le bassin névralgique reste la Caraïbe.

Partie — I — De l'invention de la croisière à l'avènement de la croisière de masse dans la Caraïbe

Peu de travaux traitent de l'histoire de la croisière, de son développement et de sa diversification d'un espace maritime à un autre. L'intérêt pour cette activité, d'un point de vue d'étude scientifique, ne débute qu'à la fin des années 1970, début des années 1980, avec l'engouement naissant pour la Caraïbe et l'intensification de l'activité à partir du port de Miami.

De l'activité élitiste du milieu du XIX^e siècle au secteur à la clientèle de masse aujourd'hui, le tourisme de croisière a connu plusieurs phases de mutation dans son évolution.

Des bassins embryonnaires d'Europe du Nord et de la Méditerranée à la Caraïbe, berceau de la croisière moderne, en passant par les circuits transatlantiques, l'activité de croisière investit désormais tous les espaces maritimes de la planète et s'ancre dans une stratégie de développement global de grandes entreprises, pour la plupart nord-américaines.

L'objectif de cette partie est de décliner les différentes phases historiques de l'activité afin de mieux comprendre, d'une part, comment la Caraïbe est devenue emblème historique de la croisière moderne, mais aussi, et surtout pour saisir tous les aspects qui ont conduit à cela.

Cette analyse historique s'appuie essentiellement sur les récits de même ordre trouvés dans les archives des compagnies de croisière telles que la *British and North American Royal Mail Steam Packet Company*, qui deviendra par la suite la *Cunard*, ou encore , ou ceux des ports. Cette analyse s'appuie également sur une recherche approfondie à partir des éléments trouvés dans « *Selling the Seas* », ouvrage de Bob Dickinson et Andy Vladimir de 2008 qui retrace de façon très succincte l'histoire de l'industrie de la croisière.

Les premières liaisons des côtes de la Mer Baltique à la Méditerranée, en passant par les traversées transatlantiques, pour aboutir au développement de la croisière de masse dans la Caraïbe ; explorer les coulisses de l'activité, la stratégie des hommes qui ont non seulement créé la croisière, mais qui ont donné une image à leur compagnie dans le but de fidéliser une clientèle et d'en faire un produit de consommation touristique comme le serait un séjour en hôtel *all inclusive*.

Chapitre 1 — De la découverte par tâtonnement à la création de l'objet croisière

Des premières traversées transatlantiques aux grands circuits contemporains, le tourisme de croisière s'impose aujourd'hui comme l'une des branches la plus dynamique du secteur touristique.

Multiplication des destinations, variations des circuits, développement, massification et perfectionnement des navires sont autant de facteurs qui complètent et rythment l'histoire de l'activité.

Wilkinson (2008) propose que le tourisme de croisière commence à la fin du XIXe siècle par les traversées transatlantiques de la compagnie *Cunard*, entre Liverpool et New York. Ces voyages consistent en un passage entre l'Amérique du Nord et l'Europe, dans l'un ou l'autre sens de navigation. Seulement, Vladimir & Dickinson (2008) démontrent qu'au milieu du XIXe siècle, certains bassins régionaux organisaient déjà des séjours de type croisière.

Ce chapitre s'attache à discerner les grandes phases de structuration de l'objet croisière jusqu'à son développement dans le bassin caribéen au début des années 1970.

1.1 L'émergence de bassins régionaux et les liaisons transatlantiques.

Au milieu du XIXe siècle, les compagnies chargées du transport de marchandises basaient leur compétitivité sur les performances de leurs navires et non sur le nombre de passagers qu'ils pouvaient transporter. Les navires devant acheminer le courrier en un temps record. Les réseaux aériens n'étant pas encore développés, seules les voies maritimes servaient à la communication et à l'échange entre deux territoires.

1.1.1 La diversification de l'acheminement postal : les premières versions des circuits de croisière

Dès le milieu du XIXe siècle, les premières tentatives de croisière apparaissent, avec la semi-reconversion des navires transportant le courrier, en transports de personnes, d'abord vers des ports proches souvent du même pays, pour ensuite s'étendent à des ports de pays voisins. Les bassins régionaux de la Baltique et de la Méditerranée ont été les premiers territoires de l'expérimentation des circuits de croisière. Au début du XXe siècle, les États-Unis, dans une perspective de découverte de l'Europe, font naître les transatlantiques, traversées de l'océan du même nom.

Le bassin régional de la Mer Baltique

La mer Baltique baigne les côtes du Danemark, de la Suède, de la Finlande, de l'Estonie, de la Lettonie, de la Lituanie, de la Russie, de la Pologne et de l'Allemagne. Depuis 1895 elle traverse même l'Allemagne du nord par le canal de Kiel. L'ouverture du canal de Kiel en 1895 va dynamiser le développement de la croisière en Europe du Nord en reliant la mer du Nord à la Baltique. Cette ouverture de 98 kilomètres à l'intérieur des terres allemandes ouvre la voie au développement déjà bien engagée des destinations de croisière sur l'ensemble du territoire. Les villes de l'intérieur pays sont désormais accessibles.

L'ouverture du réseau par le passage de Kiel, ne trouve pas seulement satisfaction dans la multiplication des ports à destination, elle devient également le moyen d'élargir et de diversifier la clientèle croisière. Le canal de Kiel croise de nombreux axes majeurs de communication et de transport. Les grands axes routiers et de réseaux ferrés permettent désormais aux populations de l'intérieur allemand de se rendre au lieu de départ des croisières.

Les premiers circuits dans la mer Baltique se sont développés en deux temps. D'abord avec les croisières organisées à bord du *S/S Frithiof*, bateau destiné pour ces seuls croisiéristes, dans les années 1834 entre les ports suédois de Stockholm et Västervik et Visby au large de la Suède sur l'île de Gotland. C'est à bord de la première génération de navire à vapeur avec roues à aubes que s'effectuait ce « *Pleasure Tour* », mini croisière de trois jours sur la Baltique (Lundgren in Dowling, 2005, 131).

Ensuite à partir de 1838 lorsque des circuits seront organisés, sur le même modèle que ceux effectués quelques années plus tôt, au départ de Stockholm (Suède) vers Kalmar (Suède) – Ystad (Suède) et Rostock (Allemagne) (Lundgren in Dowling, 2005).

L'originalité de cette activité, naissante en Europe du Nord, vient du fait que les ferries ont été détournés de leur activité principale de transport de passagers, vers cette activité touristique de loisirs. Leurs passages à bord des navires sont moins éphémères, il n'est plus vécu comme un passage transitoire entre deux villes, mais véritablement comme une expérience : celle de la croisière.

Malgré tout, il faudra attendre les années 1860 pour connaître, ce que Lundgren a appelé « *la première phase du développement de la croisière dans la mer Baltique* » (Lundgren in Dowling, 2005, 131). Cette phase se traduit spatialement par la multiplication des escales ce qui conduit à l'augmentation des zones portuaires d'accueil de navires de croisière sur les rivages de la Baltique. Les frontières de la Suède sont élargies et les clients peuvent désormais débarquer à Helsinki en Finlande, à Kaliningrad en Russie, à Copenhague au Danemark ou encore Rostock en Allemagne.

Cette intensification et cet étalement spatiale des destinations de croisière dans la Mer Baltique se développe jusqu'à la seconde phase, toujours dans les années 1860, largement caractérisée cette fois par l'arrivée de compagnies spécialisées dans la croisière qui s'établissent alors avec des bateaux plus performants, plus rapides et plus confortables. La plus célèbre, la *Gotlandsbolaget – Gotland Company* – créée en 1865, qui à bord de son navire, le *SS Visby*, d'une capacité de 300 passagers, a transporté 5 000 passagers la première année, puis 12 000 dix ans plus tard en 1875. S'en sont suivies les compagnies *Sveabolaget* en 1872 et *Finish Bore Line*, plus tard en 1908 (Lundgren in Dowling, 2005).

La Première Guerre mondiale et l'utilisation du canal de Kiel comme passage stratégique des forces armées va pour un temps stopper l'activité, il va falloir attendre les années 1930 pour connaître un regain dans le développement de la croisière, impulsé par le dynamisme des pays nordiques et l'ouverture des destinations comme la Finlande, l'Estonie, la Lettonie, la

Lituanie et la Pologne (Lundgren in Dowling, 2005). Dans les années 1917, à la fin de la Première Guerre mondiale, certains Etats de l'Europe de l'Est se sont constitués en un Etat fédéral. Les destinations de la Mer Baltique sont concernées et les ports de Tallin et Pärnu en Estonie, de Riga, Ventspils et Liepaja en Lettonie, de Klaipeda en Lituanie, de Kaliningrad en Russie et de Gdansk, de Gdynia et de Szczecin en Pologne cessent toutes activités de croisière. La Baltique perd sa notoriété en tant que destination de croisière au moment même où elle jouissait d'un certain renom en termes de qualité (Lundgren, 2005 :139).

Ainsi, en une trentaine d'années à peine, la croisière dans la mer Baltique s'est considérablement développée, et des quelques bateaux peu adaptés pour ce genre de voyage dans les années 1840, on retrouve des compagnies spécialisées avec une flotte adaptée en cette fin de XIXe siècle.

La croisière en Europe et le bassin méditerranéen

Au départ, mis à part l'activité déjà engagée un peu plus tôt dans la Baltique, l'Europe est un point de départ pour des croisières plus éloignées, pas véritablement une zone de navigation à part entière. Ceci ne viendra que plus tard au début des années 1900. Les sociétés *Burns Philips & Company* et l'*Union Steamship Company of New Zealand*, qui sont à l'origine chargées de l'acheminement du courrier entre l'Angleterre et les îles du Pacifique, s'associent et proposent à partir de 1844, des croisières à travers les îles du Pacifique au départ de Londres (Douglas and Douglas in Dowling, 2005, 185). Contrairement aux circuits de la mer Baltique qui se concentrent sur quelques destinations, la croisière en Europe s'étend jusqu'aux confins de l'Asie et de l'Océanie. Sur la volonté première des Britanniques, la croisière se diversifie rapidement et ne se contente plus de cette seule clientèle.

L'intérêt pour la Méditerranée ne viendra que plus tard, à la fin du XIXe siècle d'abord dans le prolongement des Transatlantiques, puis dans l'intérêt que suscite la côte africaine.

Les prémices des croisières en Europe et dans la Méditerranée tiennent en ces quelques lignes, car les circuits ont rapidement conduit au développement des croisières transatlantiques. Leur particularité est qu'elles répondaient à une double demande : celle des clients britanniques qui effectuaient le voyage d'est en ouest pour rejoindre New York et y séjourner quelque temps. Et la clientèle étatsunienne qui faisait le voyage d'ouest en est pour des croisières de 6 à 7 jours dans la Méditerranée. Pour les Britanniques, la traversée ne comportait pas d'escale à

proprement parler, cette croisière ne s'inscrivait pas dans le schéma classique ponctué d'escale et marqué par un temps de visite au sol. La première destination de ces croisières est le bateau lui-même.

Sur les traces des Britanniques en Europe, l'Allemagne se lance elle aussi dans les circuits de la croisière en 1897. En 1903 elle possède les quatre paquebots les plus rapides en activité sur l'Atlantique, le *Kayser Wilhelm der Grosse*, le *Deushtland 1*, le *Kronprinz Wilhelm* et le *Kaiser Wilhelm 2*. Ces bateaux de 15 000 à 20 000 tonnes naviguaient à une vitesse de 23 nœuds environ, avec à leurs bords 2000 passagers, dont 700 en première classe (Dickinson & Vladimir, 2008).

Les transatlantiques

La technologie des bateaux à vapeur se place dans la continuité du commerce des chemins de fer et l'adaptation de ce procédé aux transports maritimes. L'ambition d'Isambard K. Brunel (créateur du grand chemin de fer de l'Ouest, Great Western Railway, ligne entre Londres et Bristol), d'étendre outre-mer le réseau de la compagnie de chemin de fer par voie maritime trace les premières lignes de l'idée de croisière outre Atlantique. Le système de vapeur, transposé aux bateaux, permit d'acheminer le courrier de l'Europe vers le continent américain.

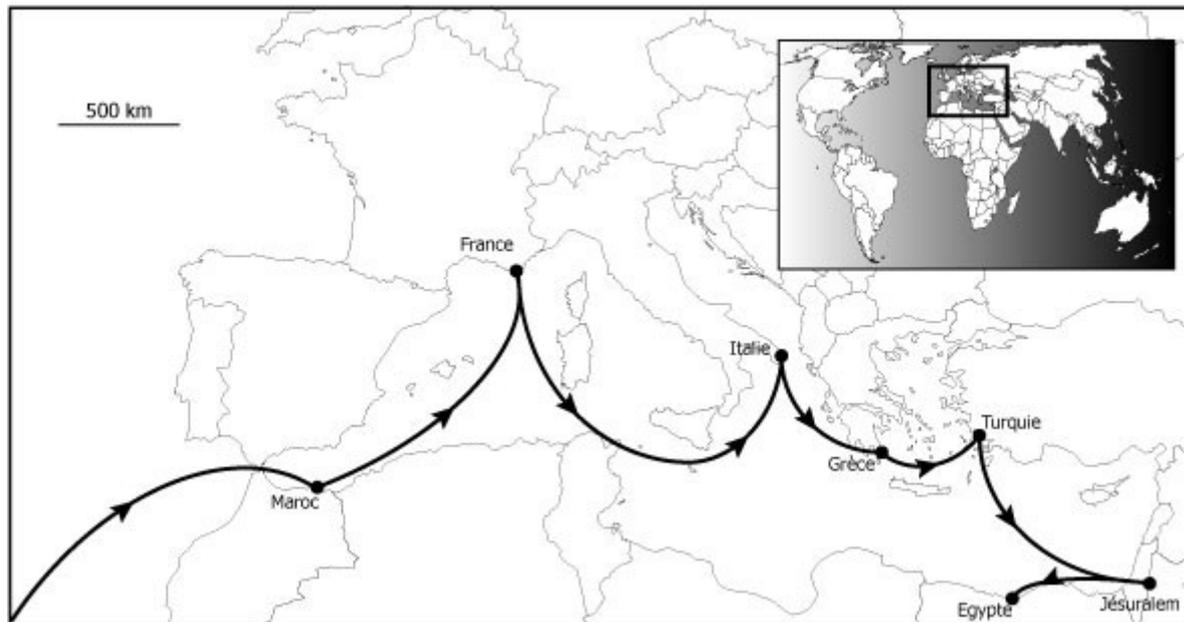
Sur le même principe imposé plus tôt, les compagnies américaines d'acheminement du courrier intègrent des passagers dans le leur pour des séjours à bord entre l'Amérique du Nord et l'Europe : les Transatlantiques.

Partant de cette idée, la *British and North American Royal Mail Steam Packet Company*, propose en 1840, un service régulier de transport de courrier et de passagers mis en place à bord du *Britannia* pour des liaisons entre Liverpool et New York (Dickinson & Vladimir, 2008). Les fondateurs de ces premières traversées se vantaient d'avoir conçu des bateaux sûrs, rapides et fiables (Dickinson & Vladimir, 2008).

Il faut attendre 1867, pour que les chantiers navals des Etats-Unis organisent une croisière à destination de la Méditerranée au départ de New York. « *Excursion to the Holy Land, Egypt, the Crimea, Greek and intermediate points of interests* » fut la première croisière, organisée et présentée pour la clientèle nord-américaine, par l'entrepreneur américain Charles C Duncan à bord du *Quaker City* (bateau à vapeur avec des roues à aubes). Le voyage était organisé en traversée transatlantique puis par un circuit organisé en mer Méditerranée avec des escales en Egypte et à Jérusalem en passant par le Maroc, la France

l'Italie et les îles Grecques ; un voyage d'une durée totale de six mois (cf. Carte 2). Malheureusement, aucune information n'existe concernant la durée des escales sur chacun des pays ; une fois l'escale égyptienne terminée le navire effectuait de nouveau la traversée transatlantique d'est en ouest jusqu'au port de New York.

Carte 2— Itinéraire de la croisière « Excursion to the Holy Land, Egypt, the Crimea, Greek and intermediate points of interests », 1867.



Source : Dickinson, 2005

Alors, les croisières transatlantiques se définissent selon deux aspects sous l'angle des deux clientèles qu'elles concernent (cf. Figure 7). Le premier, concernant les croisières d'ouest en est, pour les clientèles étatsuniennes, la Transatlantique est un moyen d'accéder à leur lieu de croisière proprement dit. Les Européens qui effectuent la traversée d'est en ouest, de l'Europe vers les Etats-Unis, ont une autre approche de la croisière. Il ne s'agit pas uniquement d'un moyen de transport, mais de la première destination croisière.

En tous cas, c'est cette forme de la croisière qui va s'intensifier, jusqu'à ouvrir une concurrence entre les compagnies qui s'y sont investies.

Figure 7— Brochure de la compagnie Cunard pour le service de son navire transatlantique l'*Aquitania*



L'*Aquitania*, navire de la compagnie *Cunard Line*, a été mis en service en mai 1914 pour des croisières transatlantiques reliant à la fois les villes de New York et Boston aux Etats-Unis à celle de Liverpool en Angleterre (via Queenstown et Fishguard).

La compagnie Cunard Line ses rails de chemin de fer pour ouvrir cette Transatlantique au territoire canadien en proposant un service d'acheminement par voie ferrée à partir de la ville de Montréal au Canada ou de Southampton en Angleterre.

Malheureusement l'*Aquitania* n'a que très peu servi pour les transatlantiques dans la mesure où les deux guerres mondiales ont stoppé son activité de croisière.

source : archives maritimes, hennalawyer, 2011

1.1.2 De la mesure des performances : la quête du Ruban bleu

Les bateaux destinés à la croisière sont plus performants et les compagnies qui évoluent dans ce secteur sont plus nombreuses. La croisière s'intensifie en ces temps de révolution industrielle et ce double aspect fait naître chez les constructeurs navals un désir sans cesse grandissant de se démarquer du voisin. Bataille technologique entre la Grande-Bretagne et l'Allemagne se déroule désormais sur l'eau, l'Océan Atlantique est le lieu et le Ruban bleu la récompense.

Plusieurs éléments font naître cette quête du Ruban bleu :

- Le contexte de Révolution industrielle implique un remaniement économique et technologique : le passage entre une ancienne économie essentiellement agricole vers une économie de plus en plus tournée vers le commercial et l'industriel.
- Ceci implique un mouvement des sociétés, la mécanisation progressive des systèmes de production limite le besoin en main-d'œuvre dans les campagnes, mais augmente celle nécessaire dans les villes qui se tourne vers cette nouvelle forme de produit.
- Les transports en bateau et le développement de la vapeur sont des secteurs clés dans la première phase de cette Révolution industrielle, au début du XIXe siècle. Les compagnies de croisière ont maintenant l'opportunité d'augmenter les performances de leurs navires et de diviser le temps de traversée.

L'association de ces différentes innovations technologiques a réveillé le sentiment de compétition entre ces différents pays investis dans le développement industriel. Le Ruban bleu est en ce sens la récompense, symbole de fierté, qui traduit dans l'esprit de chacun de la suprématie navale d'un pays. Sa quête aura pour résultante immédiate, l'augmentation de la mise en service des navires de croisière.

Ainsi, le Ruban bleu est remis à la compagnie dont le navire effectuera le plus vite la traversée entre l'Europe et les Etats-Unis (cf. Tableau 1). Aucune récompense financière, juste l'assurance de plébisciter la qualité des navires à flot. C'était l'occasion pour les responsables des compagnies de tester et de surtout promouvoir la fiabilité et l'efficacité de leurs vaisseaux, c'était aussi un gage de qualité qui pouvait être mis en avant pour attirer de nouvelles clientèles désireuses de traiter leurs affaires en Europe et/ou aux Etats-Unis dans les délais les plus brefs : une volonté des nations d'affirmer la puissance de leur industrie navale dans un moment où les puissances impériales se battent pour le partage des confins du monde.

Tableau 1— Les principales compagnies de croisières ayant obtenu le ruban bleu de 1893 à 1909.

Navires	Compagnies (nationalité)	Date	Durée	Parcours
Campania	Cunard (britannique)	23/06/1893	5 j 15 h 35	De Queenstown (Irlande) à SandyHook (New Jersey, Etats-

				Unis)
Lucania	Cunard (britannique)	26/10/1894	5 j 7 h 23	De Queenstown (Irlande) à Sandyhook (New Jersey, Etats- Unis)
Kaiser Wilhelm der Grosse	Norddeutscher Lloyd (allemande)	03/04/1898	5 j 20 h	De Needles (New York, Etats-Unis) à Sandyhook (New Jersey, Etats- Unis)
Deutschland	Hapag (allemande)	12/07/1900	5 j 15 h 45	D'Eddy Stone (Angleterre) à Sandyhook (New Jersey, Etats- Unis)
Kronprinz Wilhelm	Norddeutscher Lloyd (allemande)	16/09/1902	5 j 11 h 57	De Cherbourg (France) à Sandyhook (New Jersey, Etats- Unis)
Deutschland	Hapag (allemande)	08/09/1903	5 j 11 h 54	De Cherbourg (France) à Sandyhook (New Jersey, Etats- Unis)
Lusitania	Cunard (britannique)	12/08/1909	4 j 16 h 40	De Queenstown (Irlande) à Ambrose (New Jersey, Etats-Unis)

Source : greatships.net, 2010

En s'imposant sur le marché avec leurs quatre nouveaux navires, les compagnies de navigation allemandes éveillent l'esprit de compétition des Britanniques qui s'appliquent alors, pour prouver que leurs bateaux sont les plus rapides et les plus performants, à réduire le temps de la traversée pour l'obtention du Ruban bleu. Une fois la compétition ouverte, les voyages transatlantiques prennent une autre dimension, il ne s'agit plus seulement d'une simple croisière, du transport de passagers dans un but de loisirs et de découverte.

Les nouveautés technologiques à bord sont de plus en plus surprenantes et innovantes au fur et à mesure du développement des compagnies. La compagnie britannique *Cunard* met à flot en janvier 1906 puis en juin 1907, deux navires de nouvelle génération : respectivement le *Mauretania* et le *Lusitania*. Ils sont plus imposés que la génération précédente, 30 000 tonnes, alors que les bateaux sont en moyenne de 20 000 tonnes, mais le fait le plus marquant est les navires sont équipés de moteurs à propulsion. Un nouveau système composé d'une turbine à vapeur, inventé par Charles Parsons, ingénieur britannique, inventeur du moteur à vapeur, qui permet aux navires d'atteindre la vitesse de 26 nœuds (48 km/h) et aux Britanniques de garder la gloire du ruban bleu pendant près de 20 ans.

Novation à laquelle une autre compagnie britannique répond immédiatement. La *White Star Line* met à flot trois navires de 40 000 tonnes, l'*Olympic* en 1910, le *Titanic* en 1911 et le *Britannic* en 1914. Plus long de 30 mètres, ces bateaux étaient de véritables palaces flottants, inventés pour concurrencer leurs homologues britanniques et les compagnies allemandes. La

révolution n'est pas seulement technique, elle est aussi du point de vue de la prise en charge et du confort des clients transportés. Les bateaux qui auparavant transportaient de la marchandise et des êtres humains doivent désormais mettre en place des services et des équipements propres à l'accueil de cette seule clientèle. Les 700 passagers de la première classe, sur les 2500 passagers que compte le navire, pouvaient profiter d'équipements sportifs, des courts de tennis, mais aussi du privilège de dîner à deux dans le prestigieux restaurant Ritz du bateau (Wilkinson, 2008).

Plusieurs éléments nouveaux modifient le paysage de la croisière en ce début de XXe siècle, particulièrement celui des transatlantiques. La compétition technique à laquelle se sont livrées les compagnies officiant sur les Transatlantiques a abouti à une révolution technologique. Les bateaux ne sont plus à vapeur, mais équipés d'hélices mécaniques alimentées par un système électrique couplé à une énergie hydrocarbure. Les navires ont des coques en acier, étudiées et conçues pour accroître leur stabilité sur l'eau, mais aussi et surtout pour améliorer leur vitesse de navigation. Le temps des bateaux à roues à aubes est maintenant révolu, il fait place à cette nouvelle génération de navires plus résistants, plus performants et davantage équipés pour l'accueil des passagers. Au début des années 1910, avec la mise en service d'une ligne régulière entre les Etats-Unis et l'Europe, les clientèles ne sont plus les mêmes, les riches européens doivent désormais faire le voyage avec des migrants. Des séparations matérielles, de type portes métalliques, étaient disposées de façon à ce qu'une fois fermées, les clients des ponts supérieurs ne soient pas dérangés par les autres (Dickinson & Vladimir, 2008). Du pont supérieur à la salle des machines les catégories de clientèles déclinent, les équipements et le confort aussi. Ainsi, les première et seconde classes bénéficient de toilette en cabine, ils peuvent aussi profiter du fumoir, de la salle de bal, du dîner au restaurant tandis que les troisième et quatrième classes doivent se partager les toilettes et la salle de bain, n'ont accès ni au pont supérieur, ni au restaurant et encore moins au fumoir et doivent ramener leur ration de pain pour la durée du voyage dans la mesure où aucun repas n'était prévu pour eux (cf. Photographie 1). De toute façon, l'accès aux lieux réservés est soumis à la condition du port du costume trois-pièces pour les hommes et du chapeau pour les femmes.

Photographie 1— Description des cabines selon les classes de navigation à bord du Titanic, 1912.



Les suites du Titanic et de l'Olympic, disponibles pour les passagers de la première classe, disposent d'un salon, d'une salle à manger, d'une salle de bain et de toilettes.

Enfin, un service de personnes leur est personnel attiré (femme et valet de chambre).

A gauche, la chambre d'une suite première classe du Titanic, 1912. A droite, une cabine de la troisième classe



Les cabines de la seconde classe ont entre deux et quatre couchettes, avec lavabo.

1.1.3 La croisière dans le monde : de l'héritage d'un naufrage à la reconversion forcée des conflits mondiaux

Le voyage inaugural de l'*Olympic* a été salué comme un événement sans précédent dans l'histoire de la croisière. L'année suivante, le *Titanic* était prêt à son tour à faire son entrée dans le monde du voyage maritime ; toutes les célébrités et les riches bourgeois (Dickinson et Vladimir, 2008) ont tenu à faire partie du voyage inaugural du navire, Benjamin Guggenheim, homme d'affaires américain, et John Jacob Astor, premier milliardaire de l'histoire des Etats-Unis, étaient présents.

Figure 8— Une du New York Times au lendemain du naufrage du Titanic

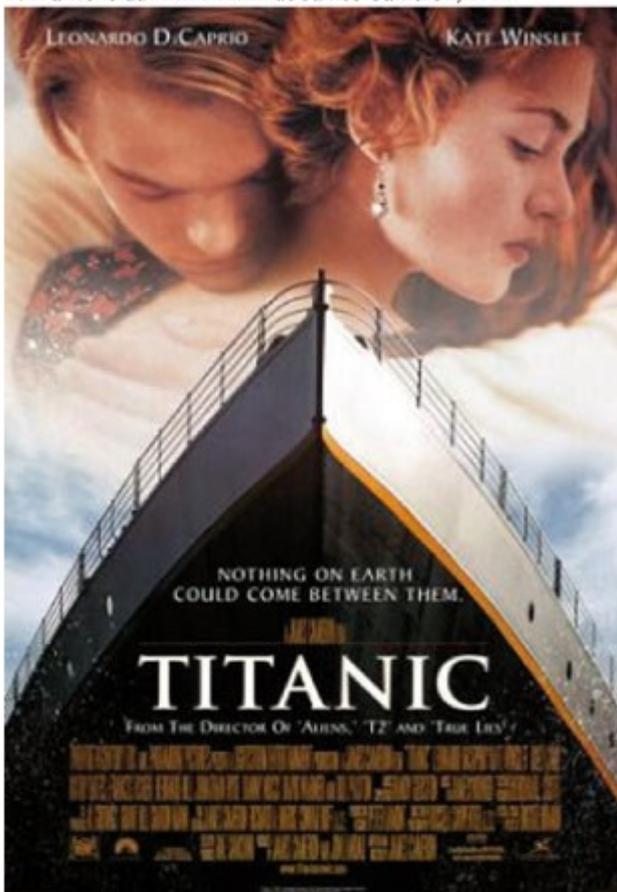


Source : New York Times

Le navire a quitté le port de Southampton le 10 avril 1912, pour une croisière au départ de Southampton en Angleterre, Cherbourg en France et Queenstown en Irlande à destination de New York aux Etats-Unis, avec 1324 passagers à son bord. Attiré par la possession du Ruban bleu, n'a pas pu éviter l'accident et a heurté un iceberg dans la nuit du 14 au 15 avril au large de Terre neuve (Dickinson et Vladimir, 2008) (cf Figure 8).

Figure 9— Quelques éléments relatifs aux productions cinématographiques faisant suite au naufrage du Titanic en avril 1912.

1. L'affiche du film *Titanic* de James Cameron, 1997



Le film *Titanic*, produit par James Cameron en 1997, raconte à la fois l'histoire d'amour naissante de deux passagers du Titanic et le destin tragique de l'insubmersible, vocabulaire emprunté au commandant de bord dès le début du film.

Le film est aussi une démonstration des différences de considération accordée par les membres d'équipage aux passagers selon qu'ils appartiennent à la première ou à la troisième classe.

Même si les personnages principaux ne sont que pures fictions, le producteur James Cameron a repris les vrais noms des personnes sur le navire comme Joseph Bruce Ismay, président co-fondateur de la White Star Line, compagnie maritime détentrice du Titanic, ou encore, Edward John Smith le commandement de bord du navire au moment du naufrage.

2. Les réalisations cinématographiques au sujet du Titanic

Film	Réalisateur
<i>Save from the Titanic</i> (le 14 mai 1912 (1 mois après le naufrage du navire)	Etienne Arnaud (américain)
<i>Dans la nuit et la glace</i> (juin 1912)	Mime Misu (allemand)
<i>Titanic</i> (1915)	Pier Angelo Mazzolotti (italien)
<i>Atlantic</i> (1929)	Ewald-André Dupont (allemand)
<i>Titanic</i> (1943)	Werner Klinger (allemand)
<i>Titanic</i> (1953)	Jean Negulesco (américain)
<i>Atlantique Latitude 41°</i> (1958)	Roy Ward Baker (britannique)
<i>SOS Titanic</i> (1979)	William Hale (américain)
<i>Titanic</i> (1997)	James Cameron (américain)

Source : Titanic.fr, Wikipedia.en

Plusieurs documentaires, films et romans ont été consacrés à cette tragédie (cf. Figure 9) : *Atlantique, latitude 41° (a night to remember)* en 1958, de Wod Ward Baker, adaptation du livre « *la nuit du Titanic* » de Walter Lord, ou le téléfilm « *S.O.S. Titanic* » de William Hale en 1979. Le plus célèbre est le film de James Cameron, *Titanic*, sorti sur grands écrans en 1997. Dans ce dernier, l'histoire du voyage inaugurale, et de ce fait du naufrage du Titanic, est racontée à travers le récit d'une passagère, 84 ans après la catastrophe. Au-delà des aspects de cinématographie, le film retranscrit une part historique avec des précisions sur la clientèle, les installations du navire, les divertissements des clients, l'organisation du temps libre.

Plusieurs éléments sont notables : (i) la distinction de classe. Les passagers de la première classe embarquent à l'avant du navire et au pont supérieur, les secondes classes embarquent quant à eux sur l'autre moitié du paquebot. Les passagers des troisièmes et quatrièmes classes doivent passer à l'inspection sanitaire afin de vérifier s'ils ne sont pas porteurs de poux ou d'épidémie plus grave comme la rage. (ii) Le port du chapeau et des gants pour les femmes, et du costard trois-pièces pour les hommes, signes distinctifs d'appartenance à la bourgeoisie, est obligatoire à la montée du navire. Il marque le privilège d'être à bord et la hauteur de l'évènement de la mise à flot d'un tel navire. Une tenue pour les repas du soir, pour les promenades, en salle de thé et lors des bals était également à prévoir. (iii) Les éléments de restauration étaient de grand luxe, les matières nobles telles que le cristal et la porcelaine étaient utilisées pour les ustensiles de cuisine, des tapisseries et des broderies étaient accrochées au mur. Tout cela était réservé aux premières et secondes classes uniquement, les autres n'avaient pas accès au restaurant, ils devaient d'ailleurs s'organiser en conséquence avant le départ afin de ramener leur nourriture à bord, rien n'était prévu à leur attention.

(iv) Lors du naufrage, la pratique chevaleresque qui indique qu'en cas d'extrême danger il faille faire évacuer les femmes et les enfants d'abord a été complètement occultée et l'adage « sauve qui peut » prévalait davantage. L'accès aux canots de sauvetage était réduit en quantité, il n'y avait pas suffisamment de places pour l'ensemble des passagers, et en qualité, les passagers des troisièmes et quatrièmes classes n'y ont pas tous eu accès.

a. Les enseignements du naufrage du Titanic

Après le naufrage du Titanic un certain nombre de choses ont changé, le traçage d'une route transatlantique a été réalisé, un règlement au sujet des gilets de sauvetage et des canots de sauvetage a été mise en place : il doit y avoir autant de gilets et de places sur les canots de sauvetage qu'il n'y a de passagers sur le bateau, équipage compris.

Le naufrage du Titanic a mis en exergue la nécessité d'une réglementation en ce qui concerne la navigation, en particulier le transport de passagers. Les leçons tirées de cet accident sont encore valables aujourd'hui. La destruction de l'« insubmersible », comme on le nommait, a permis d'établir des circuits plus sûrs entre l'Europe et les Etats-Unis.

La compagnie allemande *Hamburg Amerika* a quand même eu le temps de renchérir avec la mise en service de trois navires, l'*Imperator* en juin 1913 et le *Vaterland* en mai 1914 et le *Bismarck* en juin 1914. Ces navires de plus de 50 000 tonnes et pouvant accueillir plus de 4 000 passagers donnent un nouveau rythme à la compétition qui a débuté quelques années plus tôt, et s'imposent désormais sur le trajet des transatlantiques. Les cabines de la première classe des navires de la compagnie allemande possèdent une véranda et la salle de bain devient une pièce à part entière (Dickinson et Vladimir, 2005).

Seulement, les mois suivants la mise en service de ces derniers navires a vu naître le premier conflit d'ordre mondial. La Première Guerre mondiale va modifier, de façon significative le paysage de la croisière.

b. Les impacts de la géopolitique mondiale sur la croisière

Entre la Première Guerre mondiale et le début des années 1950, le marché de la croisière a connu un certain nombre de changements. Des bouleversements principalement dus aux différents conflits mondiaux. Les espaces, déjà bien établis dans le développement de l'activité croisière, de la Baltique, de la Méditerranée et du Pacifique, mais aussi et surtout les Transatlantiques, ont dû cesser leur activité principale de croisière.

Pendant les premiers mois de l'année 1914, Britanniques et Allemands se livrent une bataille technologique à des fins de notoriété navale. L'obtention du Ruban bleu est dans l'esprit des deux clans, d'ailleurs les Allemands en cette période mettent en service les plus gros et les plus puissants navires jamais construits. Malheureusement, le 4 août 1914 verra naître le premier conflit d'ordre mondial.

Cette première guerre mondiale va modifier de façon significative les traversées transatlantiques et les circuits de croisière de la Méditerranée de plusieurs façons. Les deux parties, s'étant engagées quelques années plutôt dans la construction navale, possèdent une flotte de navires de dernière génération, puissants et rapides, à disposition. Les aménagements des bateaux, créés pour le transport de passagers, sont désormais supprimés et les navires sont entièrement repensés pour cette unique activité de transport et d'acheminement.

Les Etats-Unis, une fois entrés en guerre, utilisent les navires britanniques, pour transporter leurs troupes d'une rive à l'autre de l'Atlantique. La France dessert également ses navires transatlantiques pour le transport des troupes. La Compagnie Générale Transatlantique, compagnie française, met son navire le plus récent, le *France* au service de la guerre. Le paquebot inauguré en 1912, cinq jours après le naufrage du Titanic, et au port de New York au début de la guerre, a servi lui aussi au transport des troupes sous le nom de *France IV* (David Hilion, 1992), il reprendra son nom initial et ses traversées transatlantiques au lendemain de la guerre.

Après la Première Guerre mondiale, les navires ont été rénovés en vue de la reprise de l'activité transatlantique ; la période de l'entre-deux-guerres a été synonyme de renouveau dans l'industrie navale et une nouvelle génération de paquebots voit le jour. Les derniers 50 000 tonnes d'avant-guerres laissent place désormais à des navires de plus de 70 000 tonnes. Les Britanniques et les Allemands qui s'étaient positionnés sur le marché en vue de l'obtention du Ruban bleu doivent désormais rivaliser avec de nouvelles compagnies européennes. L'*Italian Line*, compagnie italienne, met en service le *Rex* en septembre 1932, paquebot de croisière spécialement construit pour obtenir le Ruban bleu, détenu à cette époque par les navires allemands de la compagnie *Norddeutscher Lloyd*.

c. L'entre-deux-guerres : entre reconversion et instabilité économique

La fin de la décennie 1920 est le témoin d'un évènement, d'importance économique, qui va troubler de façon significative le développement des circuits de croisière. Le Krach boursier de 1929 et la Grande Dépression économique qui va suivre vont marquer un frein dans le développement économique du pays. Les compagnies européennes continuent de construire et de mettre en service des navires toujours plus grands, mais la réalité économique des Etats-Unis met à mal le pouvoir d'achat des populations, ce qui les rend plus prudents quand il s'agit de leurs dépenses.

Ceci implique deux résultantes en ce qui concerne la croisière : la première est que les riches investisseurs qui constituaient les passagers des premières, voire secondes classes sur les transatlantiques, n'ont plus d'autre choix que de réserver une partie de leurs biens. Ils ne sont plus prétendants aux traversées par souci d'économie. Ensuite, et c'est certainement l'évènement à l'origine du nouveau paysage géographique de la croisière, les économies nationales et l'état du marché ont obligé les compagnies de croisière à revoir leur finance dans

la perspective de réduire les coûts de revient du fonctionnement de leurs navires. L'économie par la distance était, à l'époque, une des solutions les plus probables. Les clients s'orientent désormais vers des croisières peu chères, afin de réduire les coûts et les distances, certaines petites embarcations américaines, bien moins équipées que les navires transatlantiques européens, proposent à moindres coûts, de courtes croisières au départ de New York, à destination de la Nouvelle Ecosse au Canada, de Nassau aux Bahamas ou encore des Bermudes. Les Etats-Unis ne s'étant pas engagés dans la bataille de technologie navale à laquelle s'étaient livrées les grandes compagnies européennes, ils ne possédaient pas de navires adaptés au transport de passagers. Les bateaux sont obsolètes, sans aucun espace de divertissement, très adapté à la navigation de croisière.

Malgré tout, ces courtes croisières sont très prisées parce qu'elles permettent un instant d'échapper à la prohibition instaurée aux Etats-Unis entre 1919 et 1933. Le *Volstead Act*, texte législatif américain qui interdit la production, la distribution et la vente d'alcool fort sur le territoire américain, renforce cette politique de prohibition. Les nouvelles destinations de croisière, proche de New York, ne sont pas soumises à cette loi, et il est désormais possible pour cette nouvelle clientèle de profiter des libertés qu'offrent ces nouvelles destinations. Ainsi, les aménagements du bateau ont très peu d'importance, dans la mesure où il n'est considéré que comme un moyen de transport.

Seulement, notons qu'à cette époque, de nouvelles voies de la navigation s'ouvrent pour la croisière, et que le marché, aussi minime soit-il, de la Caraïbe voit le jour. Quelles qu'en soient les motivations, en cette période d'entre-deux-guerres, les Bahamas et les Bermudes existent en tant que destinations de croisière. De plus, ces courts séjours ont renforcé l'aspect élitiste qui prévalait des ponts de première classe lors des voyages transatlantiques au début des années 1920 (Dickinson, Vladimir, 2008 : 16). De plus, ces compagnies américaines déjouent la concurrence des compagnies européennes sur le marché des transatlantiques et décident de repositionner leurs navires sur des circuits plus proches et jusque-là peu développés (Dickinson & Vladimir, 2008). Quatre compagnies se positionnent sur une nouvelle niche, les croisières nord-américaines au départ de la côte ouest des Etats-Unis. *Matson Line*, *Grace Line*, *Moore Mc Cormick* et *American Export Line* proposent des croisières au départ de San Francisco à destination d'Hawaï, du Pacifique Sud et de l'Amérique du Sud. Des croisières sont alors organisées de San Francisco vers Hawaï et le Pacifique Sud, de New York vers la Caraïbe et l'Amérique du Sud.

1.21940 - 1990 : Les fondements de l'industrie de la croisière

L'activité mondiale de croisière est une nouvelle fois stoppée lorsqu'éclate la Seconde Guerre mondiale au premier jour de septembre 1939. Les navires, comme pour le conflit précédent, sont de nouveau réquisitionnés pour le transport et l'acheminement des troupes. Le *Queen Mary* et son sister-ship le *Queen Elisabeth* (mise en service en mars 1940) ont notamment servi au transport des troupes australiennes et néo-zélandaises vers le Royaume-Uni. Le *Normandie* quant à lui, a été repris par les Etats-Unis qui l'ont débarrassé de ses meubles et des éléments de décoration. Rebaptisé *RMS Lafayette*, il subit des travaux de réaménagement et devait servir au transport des troupes américaines vers l'Europe. Seulement, les travaux qui ont duré jusqu'en 1942 ont eu raison du navire qui chavira dans la baie de New York et ne pût plus jamais reprendre les flots (paquebot-normandie.net).

1.2.1 De la fin des croisières transatlantiques

La Première, puis la Seconde Guerre mondiale ont sonné le glas des croisières transatlantiques. Elles ont mis un frein à l'activité et pousser les compagnies européennes, détentrices des navires, a réorienté leurs navires pour le transport des troupes américaines vers l'Europe. Les années 1950 sont témoins du développement du transport aérien et de ce fait, de la perte d'intérêt pour les compagnies de croisière, et surtout pour les croisiéristes d'effectuer les traversées transatlantiques. L'activité n'a d'autre choix que de se rediriger vers des circuits associant proximité des clients et des destinations, tout ceci afin de pallier à la concurrence et à l'accessibilité sans cesse grandissante des liaisons aériennes.

Les progrès dans le transport favorisent la diffusion des lieux touristiques. La véritable révolution dans les transports aériens à des fins touristiques commence au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. Outre le perfectionnement du radar, les avions militaires sont réaménagés pour le transport de passagers, puis rapidement remplacés par une nouvelle génération d'appareils pour des vols commerciaux comme à la fin des années 1950 [...] avions à réaction long-courriers qui permettent d'atteindre rapidement des lieux éloignés (MIT 1, 2002, 208).

La difficile reprise d'après-guerre et le transport aérien transatlantique sont les premiers facteurs responsables du déclin/de la fin des croisières transatlantiques. Les confins des littoraux méditerranéens sont désormais accessibles par avion, il n'est plus nécessaire de supporter les longues Transatlantiques.

En janvier 1946, le premier vol transatlantique de la compagnie Pan American va sonner le glas des traversées transatlantiques de croisière. Les moyens de transport, notamment aérien, ne sont que des moyens dont l'homme s'est doté dans sa confrontation avec la distance et le temps (MIT 1, 2002, 208). Le transport aérien n'est pas perçu dans ce cas comme une combinaison croisière/transport, mais véritablement comme une substitution de la croisière transatlantique par l'avion. L'aviation réduit considérablement le temps de voyage et permet aux passagers de passer d'une rive à l'autre de l'Atlantique en quelques heures.

Ainsi, le développement du transport aérien transatlantique, ayant mis un terme aux croisières organisées dès le port de New York vers la Méditerranée par l'océan Atlantique, a permis au bassin méditerranéen de se recentrer sur lui-même. C'est-à-dire, que c'est à partir de ces années 1950 que les ports de Marseille, de Nice, station balnéaire du milieu du XIXe siècle, deviennent les ports de départ des croisières dans la Méditerranée.

Les moyens de transport renforcent l'accès aux lieux touristiques et complètent le désir grandissant des compagnies de croisière de diversifier leur clientèle. Les transports aériens sont complémentaires avec cette évolution du bassin caribéen dans sa diversification et l'évolution du tourisme de croisière dans la région. Ils rendent désormais accessibles les ports floridiens, pour la plupart, aux clientèles des grandes métropoles étatsuniennes et viennent suppléer le transport ferroviaire diminuant le temps de transport, mais pas les distances.

Trop souvent présentés comme éléments nécessaires et suffisants à la mise en tourisme des lieux, les moyens de transport ne sont en réalité que des indicateurs d'une étape précise : le développement plus intensif du tourisme ou le renouvellement de leur fréquentation (MIT 1, 2002, 208).

1.2.2 De la concentration et de l'intensification de la croisière vers un nouveau bassin régional : la Caraïbe

Les acquis sociaux nés d'après-guerre, le développement du transport aérien et la banalisation des vacances, font naître un engouement sans précédent, précurseur du développement du secteur touristique. Plusieurs facteurs ont contribué à faire du tourisme un phénomène de société : l'extension du temps libéré au cours de la semaine puis au cours de l'année, l'avènement des loisirs et le déclin progressif de la valeur travail se sont conjugués à la révolution technique des transports et à l'explosion des gains de productivité (Cuvelier,

1998 :65). Les touristes ont l'opportunité de connaître des pays qui ont longtemps fait partie de leur imaginaire ; il minimise leur temps de voyage en prenant les transports aériens.

a. Identification des fondateurs de la croisière dans la Caraïbe

Les années 1970 sont les témoins du renouveau de l'activité, nouvelle flotte, nouvelles compagnies, nouveaux circuits et développement portuaire sont autant d'éléments qui qualifient cette période de charnière pour la croisière moderne. Les compagnies américaines déjà engagées dans l'activité de croisière pendant les années 30-40, ne pouvant plus se positionner sur le marché des Transatlantiques, faute de clientèle et de recette suffisantes, s'ouvrent sur des circuits plus proches en respectant les attentes de la clientèle, génération de l'héliotropisme.

Mise à part et comparativement à la compagnie *Cunard*, qui officiait déjà depuis la fin du XIXe siècle en Méditerranée, les compagnies de croisière en activité aujourd'hui sont très jeunes. Une trentaine d'années, face au siècle et demi d'activité mondiale. Les unités navigantes sont anciennes et obsolètes (le *Sunward* par exemple navire d'à peine 860 tonnes, a été mis en service en 1966), pour prétendre intensifier l'activité, en ces premiers temps de la décennie 1970, les compagnies de croisière doivent renouveler leur flotte si elles veulent maintenir l'activité de croisière à flot et davantage étendre l'activité dans le bassin caribéen.

L'audace d'un seul homme est à l'origine de la constitution de plusieurs des compagnies de croisière contemporaines. C'est Ted Arison, homme d'affaires Israélo-américain, qui, fort de ses rencontres et de ses associations, est à l'origine de la *Norwegian Cruise Line* en 1966, en association avec l'homme d'affaires norvégien, Knut Kloster, puis seul fondateur de la *Carnival Cruise Line* en 1972.

Les premiers navires mis en service par la *Norwegian Cruise Line* proposaient des croisières de 3 et 4 jours dans la Caraïbe à bord du *Sunward* en 1966, du *Starward* en 1968, puis du *Skyward* et du *Southward* respectivement en 1969 et 1971 (Dickinson & Vladimir, 2008). La compagnie ouvre de nouvelles destinations caribéennes telles qu'Ocho Rios en Jamaïque dès les premiers services du *Sunward* en 1966. C'est aussi la première compagnie à proposer un combiné air-mer avec leur programme « *out Island Cruise* », un forfait comprenant le billet d'avion et la croisière dans la Caraïbe. Ainsi, les croisières caribéennes sont accessibles aux populations des confins des États-Unis, et par élargissement à l'Amérique du Nord. C'est aussi un premier pas vers ce phénomène de massification du marché, cette étape de renforcement de la clientèle par l'ouverture du territoire en est un signe précurseur.

Au même moment, la compagnie *Princess Cruise* de Stanley B. Mc Donald propose de nouveaux circuits de croisière sur la côte mexicaine. Si ces circuits diversifient l'activité de croisière en développant de nouveaux circuits au départ de la côte ouest-américaine, il n'est pas à considérer qu'il s'agit de concurrence directe dans la mesure où les clients n'ont pas nécessité de prendre l'avion et de traverser le pays comme c'est le cas avec les croisières de la *Norwegian Cruise Line*. Il s'agit de deux bassins distincts, des paysages et des consommations différentes, au contraire, les services du *Princess Patricia* lors des hivers 1966 et 1967, s'impliquent dans la continuité du développement de croisière nord-américaine. Les croisières étant couronnée de succès, la demande sans cesse croissante sur le marché des circuits de la côte mexicaine, a poussé la compagnie à mettre davantage de navires en service : le *Princess Italia* en 1967, puis le *Princess Carla* la même année et l'*Island Princess* en 1972.

La concurrence viendra au début des années 1970 avec la compagnie Royal Caribbean Cruise Line, qui met rapidement trois navires en services au départ de Miami en garantissant des départs hebdomadaires de charters aux départs des villes de San Francisco et de Los Angeles. Aux 3 et 4 jours de séjours que propose la *Norwegian Cruise Line*, le *Sun Viking* mis en service par la compagnie en 1972, rejoint deux des navires déjà en service, le *Song of Norway* et le *Nordic Prince*, seulement il proposait des croisières plus longues de 14 jours au départ de Miami et à destination de la Caraïbe.

Ainsi, la fin de la décennie 1960 et le début des années 1970 correspondent à l'avènement d'un nouveau marché de la croisière avec l'ouverture d'un nouvel espace : la Caraïbe (cf. carte -4). Les deux compagnies qui ont investi cette première destination, qui existent encore aujourd'hui, ont imposé un rythme du produit en impliquant le port de Miami comme port de départ des circuits à destination de la Caraïbe. Sa proximité géographique, par rapport aux Bahamas dans un premier temps et à l'espace caribéen en général, lui prévalue d'être rendu au rang du premier et longtemps seul port de départ des croisières.

b. Les raisons du changement

La reconversion des compagnies de croisière américaines sur les circuits caribéens plutôt que les longs trajets transatlantiques a relégué le port de New York et placé le port de Miami comme port principal de départ pour les croisières à destination de la Caraïbe à partir des années 1970 (Wilkinson in Dowling, 2005).

Mescon et Vozikis (2005) établissent trois raisons à ce changement (i) le premier est le fait que le port de Miami poursuit et augmente la modernisation de ses installations portuaires. Les installations portuaires de Miami, assurant désormais le départ des croisières dans la Caraïbe, doivent correspondre aux demandes sans cesse croissantes des compagnies de croisière, mais aussi, et surtout doivent être suffisante face au modernisme naissant et au développement technologique des navires.

Ensuite (ii), la Floride est connue pour être une zone de loisirs. Péninsule située au sud des États-Unis, la Floride bénéficie d'un climat tropical et d'un paysage de plages de sable fin bordées de cocotiers qui l'ont propulsée, dans les années 1970 au rang de première station balnéaire du pays. En réalité, l'un des premiers centres d'intérêt touristique a été l'installation d'un parc d'attraction et de loisirs *Walt Disney World Resort* en 1971 à Orlando, faisant naître la région comme destination touristique du pays, mais venant dans le même temps concurrencer la côte ouest et le littoral californien. La Première Guerre mondiale limite les flux de touristes nord-américains vers l'Europe, ces derniers s'approprient la péninsule floridienne ; la Seconde Guerre mondiale renforça la réputation de Miami et de la Floride.

Enfin (iii) c'est la région des États-Unis la plus proche de la Caraïbe. La navigation a un coût et les compagnies de croisière, entreprise avant tout, ont pour objectif, comme toute autre, de réduire ces coûts. La solution, selon Mescon et Vozikis (Dowling, 2005), aurait été de réduire les distances par rapport au port de départ (port-base) afin de réduire la consommation de carburant. La solution a été trouvée en investissant dans des infrastructures portuaires à Miami beaucoup plus proche que le port de New York, anciennement port de départ des transatlantiques.

A cela, se rajoutent trois autres raisons : (1) la diminution significative des croisières transatlantiques (2) la diminution des coûts de transports aériens et l'introduction des vols commerciaux. Ces deux premières raisons sont corrélées, la diminution des Transatlantiques est le résultat visible, entre autres, du développement du transport aérien transatlantique et intra régional. (3) La propension des Nord-Américains aux voyages.

1.3 Les années 1970 : La Caraïbe, bassin naissant de la croisière contemporaine

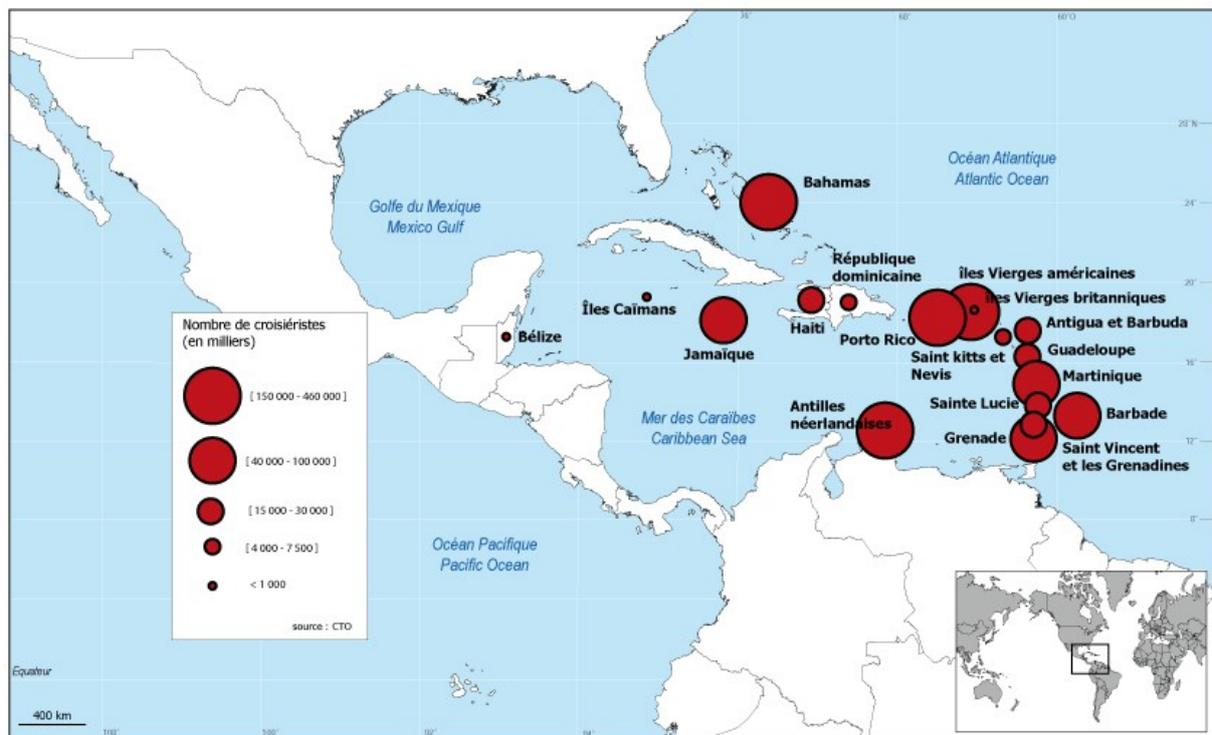
La période qui s'étend de 1970 à 1973 a été qualifiée, par la CLIA (Wilkinson in Dowling, 2005), de « *Cruise Revolution* ». La période où la croisière a connu un essor majeur dans le développement de son activité, à travers l'augmentation des navires, des ports de départ, du nombre de passagers, mais aussi et surtout dans la diversification de l'offre croisière dans la

Caraïbe. Le marché et les circuits doivent être variés pour tenter de répondre dans une commune mesure aux demandes de croisière et à la concurrence qui se fait de plus en plus pressante par l'augmentation des compagnies de croisière sur le marché.

Le découpage en trois temps nous permet d'observer trois mouvements dans l'installation de l'économie de croisière dans la Caraïbe au cours de la décennie 1970.

Dans un premier temps, les destinations sont peu nombreuses, à l'échelle de la Caraïbe, à recevoir des escales de croisière. Les premières années de la décennie 1970 correspondent à une période de tâtonnement des compagnies de croisière. Elles affectent des bateaux en premier lieu là où les installations portuaires le permettent, puis par continuité là où l'économie touristique est déjà bien engagée (cf. Carte 3). Se démarquent alors les destinations telles que la Jamaïque, les îles Vierges américaines, Porto Rico, les Antilles néerlandaises et Grenade et la Martinique dans les petites Antilles. Avec des flux variant d'un peu plus d'un millier de croisiéristes pour les petites destinations jusqu'à 400 000 pour les plus actives.

Carte 3— Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1970.



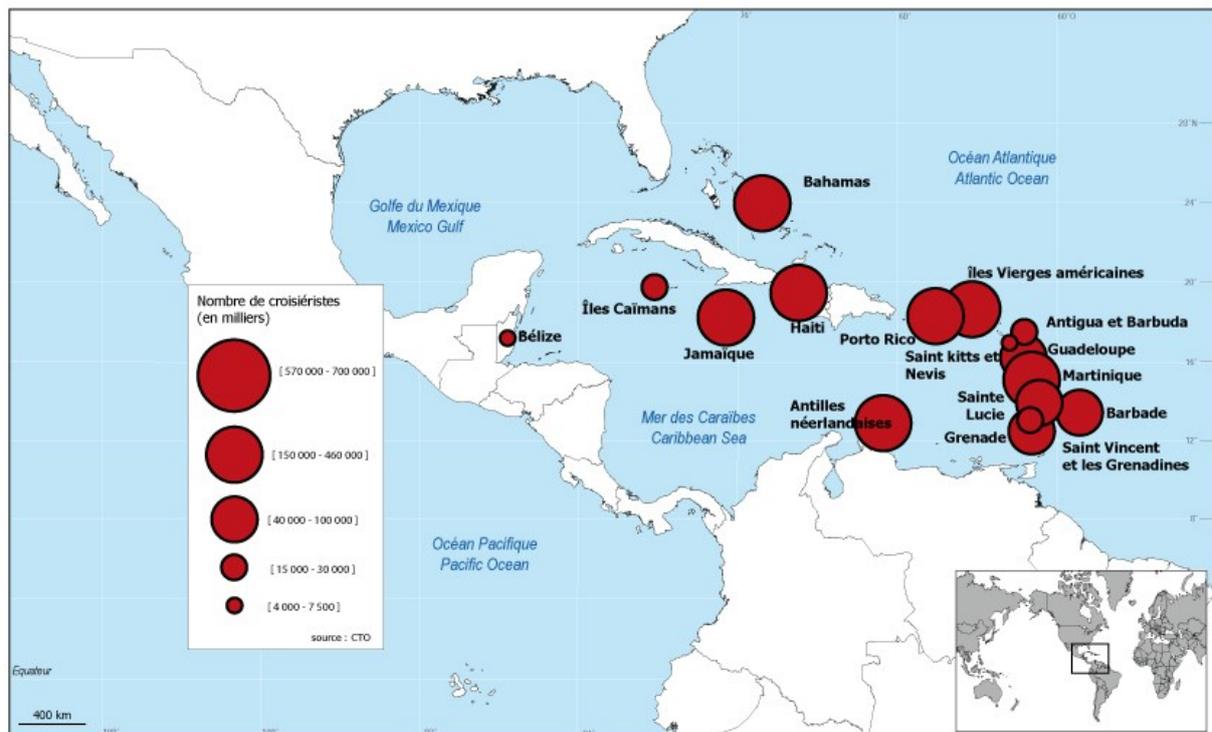
Source : Dowling, 2005

En 1975, le marché se consolide, ce second temps correspond à une affirmation du marché où les destinations s'appliquent à organiser leur territoire à l'accueil sans cesse croissant de cette

nouvelle clientèle (cf. Carte 4). La première crise pétrolière de 1973 et la récession qui s'en est suivi ont considérablement fait diminuer les flux de croisiéristes dans la Caraïbe (Wilkinson in Dowling, 2005).

L'observation des flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1975 puis en 1980 nous apporte quelques enseignements. (i) Moins de départs ont été organisés et certaines destinations ont été supprimées des circuits parce que trop loin du port de départ. Il est clairement observable, sur la carte, qu'entre 1970 et 1975, puis entre 1975 et 1980, il ya un renforcement des destinations et même une augmentation, en effectif, de ces dernières. Le marché s'ouvre aux territoires de la Caraïbe et la crise pétrolière de 1973 n'a eu finalement que très peu d'impacts sur les circuits organisés à destination de la Caraïbe. Au pire, les destinations qui étaient déjà bien investies dans les circuits de croisière enregistrent une régression des flux de croisiéristes parce que trop éloignées des ports de départ de la Floride. Une régression qui fût immédiatement visible l'année suivant la crise et concerne principalement les îles telles que Grenade (- 56,5 %), Antigua (-46,1 %), la Martinique (- 20,6 %) et Sainte-Lucie (- 7,3 %) (WTO, Dowling, 2005). Cependant, ces diminutions ne tiendront pas grande importance dès les années 1975, période où les destinations reprennent leurs flux initiaux.

Carte 4— Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1975

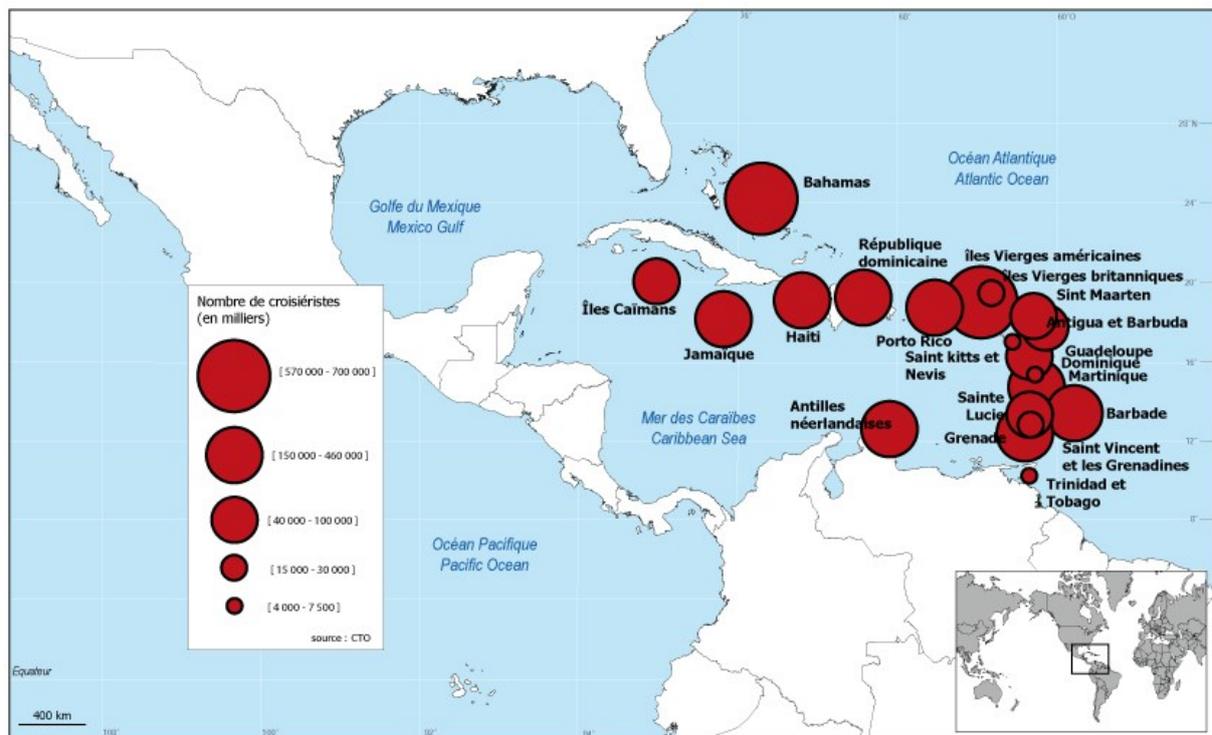


Source : Dowling, 2005

(ii) Les destinations les plus proches de la péninsule floridienne ont connu un accroissement de leur taux de fréquentation en matière de croisière. Les îles Caïmans, la Jamaïque et Haïti ont connu une nette augmentation des flux de croisiéristes l'année suivant la crise. Les îles Caïmans ont enregistré une augmentation de l'ordre 150 % entre 1973 et 1974, puis de 800 % entre 1974 et 1975, une évolution spectaculaire de plus de 5 000 % entre 1973 et 1980 (WTO, Dowling, 2005). La Jamaïque et Haïti, quant à elles, ont connu des évolutions plus modestes, mais significatives. Respectivement de 1,3 % et de 48,3 % l'année ayant suivie la crise pétrolière et de l'ordre de 45,8 % et de 82,3 % sur la période 1973-1980 (WTO, Dowling, 2005).

(iii) A la fin des années 1970 et au début des années 1980, le terminal de croisière de San Juan devient port-base des compagnies *Carnival Cruise Line* et *Cunard*. Territoire américain le plus proche des petites Antilles, il permet, par son atout géographique, de réduire les coûts de transport ainsi que la consommation en carburant vers les destinations géographiquement proches.

Carte 5— Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1980



Source : Dowling, 2005

Trois dates qui correspondent à trois comportements différents, à la fois du côté des compagnies de croisière, mais aussi et surtout des îles, destinations de ces croisières. D'une

économie naissante au début des années 1970, le tourisme de croisière correspond à la fin de la décennie, à l'invasion d'un marché qui concerne l'ensemble des territoires de la Caraïbe. Les complications politicoéconomiques d'Haïti ne lui permettent pas de figurer sur la carte des flux de croisiéristes. La phase de massification du tourisme de croisière dans la Caraïbe est engagée.

Les années 1980 quant à elles traduisent une volonté, qui a pris une dizaine d'années pour murir, des destinations voisines, de celles qui ont débuté l'accueil des escales de croisière, de s'investir sur ce nouveau marché (cf. Carte 5). Seulement, ces destinations naissantes accueillent parfois deux fois plus de croisiéristes que les destinations pionnières sur ce marché. Sainte-Lucie par exemple qui accueillait un peu plus de 36 000 croisiéristes en 1970, au début de son activité, et Sint Maarten qui accueillent plus de 100 000 croisiéristes pour sa première saison d'activité, traduit de l'agressivité économique et commerciale de ces destinations désireuse de ce faire une place sur ce marché.

Les terminaux de croisière à destination accroissent en nombre à partir de 1975 et plus significativement dans les années 1978 à la fin de la première crise pétrolière. L'île de la Dominique, dans les Petites Antilles, de Sint Maarten (possession hollandaise à l'est de Porto Rico) et la République Dominicaine, enregistrent leurs premiers flux de croisiéristes. Sur l'ensemble de la région Caraïbe, à partir de 1978, les flux de croisiéristes s'intensifient. L'activité a évolué d'environ 135 % entre 1970 et 1980 (WTO, Dowling, 2005), sur l'ensemble du territoire. Cette fin de décennie est synonyme, à la fois, d'ouverture de marché pour les destinations nouvelles, et intensification des circuits pour les plus anciennes.

Conclusion

Ce chapitre détaille les éléments qui ont contribué à la construction de l'objet croisière. Il en ressort également que la notion de bassins régionaux, ou bassin de navigation, largement évoqué, ne consiste en réalité qu'à la formation d'un espace dans lequel, les compagnies de croisière décident d'effectuer des circuits. Les délimitations géographiques de ce bassin ne sont définies que par le schéma que forment les escales. Dans cette perspective, l'Atlantique est bassin au même titre que l'Europe du Nord, la Méditerranée ou la Caraïbe. Le processus qui permet de faire émerger les bassins n'est que de la seule décision des compagnies de croisières elles-mêmes.

De l'activité élitiste de la fin du XIXe siècle, la croisière a largement évolué dans son concept premier et dans sa forme. Les bases du tourisme de croisière s'imposent dans les années 1970 sur les rivages caribéens au départ des ports floridiens. Les infrastructures du port de Miami supplantent celle de New York, et s'orientent vers des croisières autres que celles des traversées transatlantiques instaurées au début du siècle. Ce premier chapitre relate les 130 années qui ont rythmé l'évolution de la croisière pour nous conduire aux premiers circuits de la Caraïbe dans les années 1970. L'alternance entre événements mondiaux ou régionaux, construction de nouvelles unités et naissance de nouveaux circuits sont de véritables indicateurs qui permettent de mieux comprendre le basculement de l'activité des circuits régionaux européens vers la Caraïbe.

En effet, ce n'est qu'à partir des années 1970 que la reconversion à la fois des navires de croisière et des gérants de compagnies détentrices de ces navires basculeront de l'Europe vers la Caraïbe avec dans un premier temps un intérêt marqué pour les Bahamas, archipel à proximité des Etats-Unis.

Les années 1990 marque l'étape de massification du tourisme de croisière dans la Caraïbe. Massification à la fois des territoires d'accueil, puisque toutes les îles de la Caraïbe sont désormais concernées par le tourisme de croisière, mais aussi du point de vue des flux de croisiéristes puisque lors de cette décennie les flux ont augmenté de 7 % par an en moyenne contre 2 % par an en moyenne pour la décennie 2000.

L'étude des flux de croisiéristes dans la Caraïbe entre 1990 et 2010 constitue l'essence du travail de recherche du second chapitre.

Chapitre — 2 Le bassin caribéen comme laboratoire privilégié

Le tourisme de croisière est un secteur d'activité en pleine expansion, les circuits américains de la croisière s'étendent et se diversifient du canal du Panama aux confins de l'Alaska, ils confortent leurs positions sur les mers méditerranéenne et baltique et se déploient en Asie orientale, des rivages de la mer de Chine aux grands fleuves (Dehoorne et *al*, 2012).

En s'appuyant sur la définition d'un bassin versant, décrit comme étant une aire délimitée par des lignes de partage à l'intérieur de laquelle toutes les eaux alimentent un même exutoire, celle des bassins régionaux, dans le cas précis de la croisière, repose sur le fait qu'il s'agisse de plusieurs territoires dont les côtes partagent la même zone maritime. Ce sont des zones intégrées, où il existe bien souvent des groupements de développement économique, de spécialisation des activités et la mise en œuvre de politique commune.

Trois types de bassins font office d'exemples au niveau mondial, celui de la mer Méditerranée, celui de la mer Baltique et enfin la Caraïbe.

La Caraïbe, qui avec plus de 21 millions de croisiéristes en 2013, concentre plus de la moitié des flux mondiaux de passagers. De nos jours, la croisière reste encore une affaire essentiellement américaine, dominée par les clientèles nord-américaines, et dont le champ spatial privilégié est la mer des Caraïbes (Dehoorne et *al*, 2012). D'ailleurs, le secteur de la croisière est la seule activité au niveau mondial dont le marché dominant est situé dans la Caraïbe (Wilkinson, 2005).

Un élément singulier va guider notre démarche dans ce nouveau chapitre : la massification. Décrit comme étant le fait de *donner une dimension de masse à une activité réservée aux élites*,¹ c'est aussi la phase d'évolution qui représente le développement du tourisme de croisière dans la Caraïbe à partir des années 1990.

Une fois élu bassin privilégié du tourisme de croisière, comment les flux de croisiéristes évoluent-ils dans ce contexte de massification ?

L'objectif de ce chapitre est de montrer l'évolution du secteur de la croisière dans la Caraïbe, de sa spécification à son affirmation dans un contexte de massification caractérisé en premier lieu par l'augmentation des flux à partir des années 1990.

¹ Dumazedier, Ripert, *Loisir et culture*, 1966, p.301

2.1 1990 — 2010 : de la croissance d'un secteur économique spécifique à un secteur touristique affirmé

Les années 1990 s'accompagnent du phénomène de massification dans le secteur du tourisme. Les flux de touristes ne cessent de croître vers les destinations vacances (Jafari, 2000). Encouragés par le développement et la banalisation des modes de transport, les flux de touristes se diversifient à travers le monde ; souvent organisés à partir des grandes métropoles occidentales et nord-américaines vers les destinations « soleil ». Un tourisme de masse, caractérisé, entre autres, par la multiplication des complexes hôteliers sur les rivages tropicaux, s'installe.

Le tourisme de croisière aussi fait face à cet engouement, et profite de l'augmentation de la demande pour accroître les unités à flot. Les compagnies font construire davantage de bateaux pour répondre à la demande sans cesse grandissante.

Le renforcement des compagnies de croisière passe aussi par une augmentation des volumes d'unités, des navires à flot. Les programmes de construction visent désormais à construire des navires de plus de 4000 places, les super paquebots deviennent des mégas paquebots (les *megaships*) de plus de 200 000 tonnes. Une segmentation s'impose alors entre les navires destinés à la croisière de masse et les quelques autres embarcations de dimensions plus modestes qui se consacrent aux segments de clientèle haut de gamme.

A la fin des années 2000, les compagnies de croisière sont bien installées dans le bassin caribéen et s'efforcent désormais de renouveler leur flotte. Elles mettent alors à flot des navires nés de projet pharaonique, tel que les projets « *Genesis* » de la compagnie *Royal Caribbean International*, « *Epic* » de la *Norwegian Cruise Line* ou encore « *Pinacle Super Liberty* » de la compagnie *Carnival Cruise Line*. Les bateaux sont plus impressionnants par leur taille et leur capacité d'accueil, et entièrement autonomes.

Parallèlement à l'évolution spatio-temporelle du tourisme de croisière, il convient d'identifier les éléments déclencheurs de cette mutation vers la Caraïbe. Qu'ils relèvent des événements politiques et sociaux qui marquent l'histoire de la Caraïbe, que des changements de comportements opérés par les touristes eux-mêmes. Ainsi, même les taux moyens de fréquentation des différents bassins régionaux sont représentatifs de l'évolution des bassins dans le secteur du tourisme de croisière à l'échelle mondiale, ils ne sont que très peu représentatifs des fréquentations mondiales. En 2010, l'activité croisière se concentre sur deux

bassins régionaux qui contrôlent à eux seuls plus de 50 % des flux de passagers : la Caraïbe et la Méditerranée (CLIA, 2010).

2.1.1 Les flux de croisière dans le monde

Le développement de la croisière s'est effectué essentiellement au profit des escales de l'Ouest caribéen. La fréquentation de ce sous-espace gagne 25 points entre 1970 et 2008 (de 6,6 % de la fréquentation totale à 31,7 % (CLIA, 2010 ; CTO, 2010)). Inversement la Caraïbe du Sud perd 15,2 points (de 33,6 % de la fréquentation totale à 18,4 %) et les Bahamas, 10,8 points (de 26,4 % de la fréquentation totale à 15,6 %). Seule la Caraïbe Orientale conserve une part constante du flux annuel de croisiéristes. Ces évolutions n'ont pas été régulières pour les Bahamas et la Caraïbe Orientale. Ainsi les premiers enregistrent un pic en 1986 (30,9 % de la fréquentation totale) et retrouvent en 2008 un niveau voisin de leur minimum (14 % en 1998). La Caraïbe Orientale culmine en 1980, puis décroît progressivement pour retrouver le poids de 1970. Inversement la croissance de l'Ouest caribéen et la décroissance de la Caraïbe Sud sont quasiment régulières.

Selon les données statistiques établies par la CLIA, et concernant les flux de croisiéristes en 2000 et 2010 dans le monde indiquent que le taux de fréquentation moyen annuel mondial a connu une constante augmentation entre 2000 et 2010, de l'ordre de 7,4 %. Seulement, au regard du détail des taux d'évolution moyens annuels des nuitées de croisière dans le monde (cf. Tableau 2 ; cf. Carte 6), il semblerait que quatre comportements sont à distinguer : les bassins en régression, ceux qui maintiennent des taux inférieurs à 10 %, ceux qui ont contrairement des taux d'évolution supérieurs à 10 %, enfin, les bassins régionaux qui ont des taux d'évolution supérieur, ou largement supérieur à 20 %.

Tableau 2— Taux d'évolution moyen annuel des nuitées de croisière dans le monde entre 2000 et 2010.

	nombre de nuitées		taux d'évolution 2000/2010
	2000	2010	
côte Est (USA)	1 402 000	205 000	8,54
Afrique	503 000	160 000	6,82
côte ouest (USA)	218 000	229 000	0,50

Transpanaméenne	2 573 000	3 140 000	2,20
Alaska	4 197 000	5 959 000	4,20
Bermudes	988 000	1 502 000	5,20
croisière libre	68 000	111 000	6,32
Caraïbe	21 510 000	36 272 000	6,86
Canada/Nouvelle Angleterre	1 108 000	1 917 000	7,30
Mexique (ouest)	2 681 000	4 947 000	8,45
Pacifique Sud	1 155 000	2 319 000	10,08
Hawaï	857 000	1 770 000	10,65
Bahamas	3 200 000	6 795 000	11,23
Europe	3 745 000	9 029 000	14,11
Transatlantique	1 016 000	2 691 000	16,49
Amérique du Sud	826 000	2 348 000	18,43
Méditerranée	6 277 000	18 538 000	19,53
Océan Indien	121 000	380 000	21,40
Mondiale	414 000	1 379 000	23,31
Transpacifique	52 000	215 000	31,35
Asie du Sud Est	245 000	1 145 000	36,73
Antarctique	49 000	236 000	38,16
Moyen-Orient	202 000	1 313 000	55,00

Source : CLIA, 2010

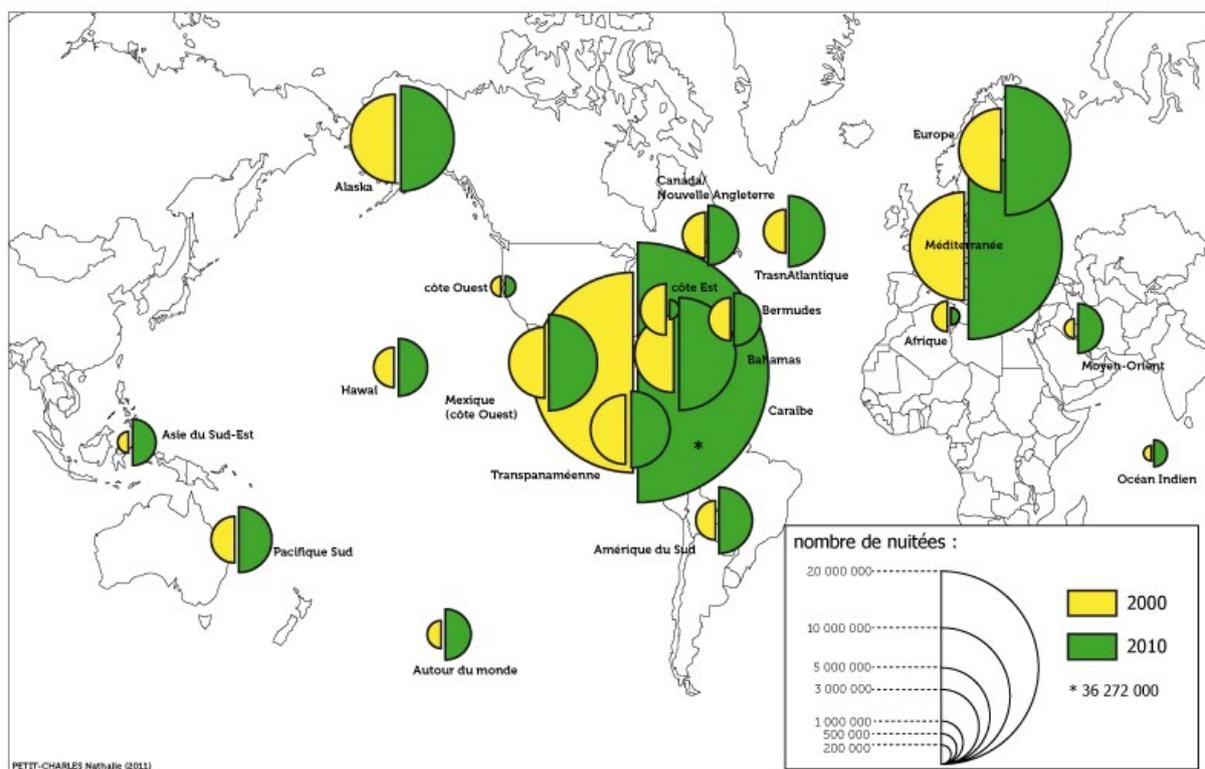
Les croisières de la côte ouest-américaine, organisées par des circuits à destination de San Francisco, Santa Barbara, Los Angeles et San Diego, ont connu une perte de fréquentation de 8,8 % entre 2000 et 2010 (CLIA, 2010). Deux explications sont plausibles, la première réside dans le fait que les destinations d'accueil sont déjà bien engagées dans l'établissement de parc à thème, tel que *Disney Land*, et que la reconversion, si elle devait avoir lieu, ne privilégie pas le tourisme de croisière comme secteur d'activité principal du tourisme. Ceci se traduit en réalité par un très faible développement de l'activité et dans une autre mesure dans l'ensemble des aménagements nécessaires à l'accueil des navires de croisière. En d'autres termes, la Californie a développé un tourisme de croisière qui dépend entièrement des destinations mexicaines voisines. Nous en venons donc à notre seconde explication qui reviendrait à dire que le tourisme de croisière de la côte ouest américaine se trouve au Mexique. Les compagnies de croisière embarquent leurs clientèles à partir des ports américains pour des croisières longeant la côte des Etats-Unis au Mexique. Ainsi, conscients des réalités économiques liés au développement du tourisme, l'état de la Californie a fait le choix de développer deux formes de tourisme qui s'avèrent être complémentaires dans le temps. Un tourisme lié aux parcs à thèmes, très nombreux dans la région, et des départs pour des

croisières mexicaines où le client pourra, au départ comme à l'arrivée, profiter des installations d'hébergement et de divertissement de la région.

Les croisières du bassin africain ont-elles aussi connu une légère baisse de fréquentation de l'ordre de 6 % entre 2000 et 2010 (CLIA, 2010). L'immensité du continent et le peu de destinations stables politiquement et économiquement induisent le fait que les destinations fiables sont éloignées les unes des autres. De ce fait, le temps de la croisière est prolongé et durent en moyenne 15 jours, par rapport à une croisière moyenne dans la Méditerranée ou la Caraïbe qui dure 7/8 jours. L'augmentation du prix lié à cela implique que la catégorie de croisière change et les bateaux en charge des ces destinations sont de capacité moindre par rapport à la flotte en service dans la Caraïbe. La traduction des croisières en Afrique vient en contradiction avec la demande sans cesse croissante de croisière de masse, courte et peu chère ; ceci viendrait expliquer en partie, la diminution des flux.

Les Bahamas et l'Alaska ont des taux d'évolution relativement faibles au regard de l'ensemble des bassins régionaux mondiaux. Respectivement de 4,5 % et de 2,7 % entre 2000 et 2010 (CLIA, 2010), ces taux témoignent de la phase de maintien des flux d'une économie de la croisière déjà bien instaurée.

Carte 6— L'évolution des nuitées de croisière dans le monde 2000-2010.



Source : CLIA, 2010

En plus des taux de fréquentation, il est important de noter que la seule destination des Bahamas englobe 6,6 % du marché global et l'Alaska environ 6 % (CLIA, 2010). Autrement, il y a des bassins émergents qui ont un rythme de développement faible, mais soutenu, l'Europe, hors Méditerranée, de 2,7 % entre 2000 et 2005 et de 12,7 % entre 2005 et 2010 (CLIA, 2010), l'Europe s'est clairement engagé dans le tourisme de croisière et accompagne son évolution avec des taux annuels moyens de 8,7 % entre 2000 et 2010 (CLIA, 2010) comme une certaine Caraïbe dans les années 1990 (cf. Tableau 3).

Tableau 3— Les circuits organisés à partir des ports-base mondiaux en 2010

Zones de navigation		Principaux ports-base	Nombre de circuits organisés	Pourcentage du marché
1	Caraïbe	Miami (Etats-Unis)	781	13,86
		Fort Lauderdale (Etats-Unis)	671	11,91
		Port Canaveral (Etats-Unis)	446	7,91
2	Méditerranée	Venise (Italie)	324	5,78
		Barcelone (Espagne)	289	5,13
		Civitavecchia (Italie)	265	4,70
		Athènes (Grèce)		1,81
3	Alaska	Vancouver (Canada)	168	2,98
		San Diego (Etats-Unis)	123	2,18
4	Europe	Amsterdam (Pays-Bas)	134	2,38
		Copenhague (Danemark)	100	1,77
		Southampton (Angleterre)	100	1,77
		Londres — Dover (Angleterre)	48	0,85
5	Côte Est des Etats-Unis	New York (Etats-Unis)	220	3,90
		Boston (Etats-Unis)	41	0,73
6	Asie	Hong Kong (Chine)	70	1,24
		Singapour (Singapour)	49	0,87
7	Pacifique	Sydney (Australie)	58	1,03
		Honolulu (Hawaii — Etats-Unis)	57	1,01
		Papeete (Polynésie française)	33	0,59
8	Moyen-Orient	Dubaï (les Emirats Arabes Unis)	< 10	0,18

Source : CLIA, 2010

Parmi les bassins qui enregistrent plus de 10 % de taux d'évolution moyens annuels entre 2000 et 2010 (CLIA, 2010), il nous semble important de porter attention au cas de la côte Est des Etats-Unis. En détaillant davantage les données, il apparaît que les taux de fréquentation du bassin se dessinent en deux temps : le premier, entre 2000 et 2005, où le secteur de la croisière dans cette région a souffert des suites des attentats terroristes du 11 septembre et de toute la psychose, surtout en ce qui concerne les voyages, qu'il y a eu autour. Ainsi, la côte est des Etats-Unis a connu une perte sèche de 57,50 % de sa fréquentation, ce qui représente un taux moyen de 11,5 % par an sur la période (CLIA, 2010). En revanche, entre 2005 et 2010 la région a retrouvé une certaine stabilité et a enregistré un taux moyen de 100 % sur l'ensemble de la période. En réalité, il ne s'agit que d'une remise à niveau des circuits établis au début de la décennie, il est nécessaire de préciser que même ce bassin enregistre les plus forts taux d'évolution, son activité ne concerne que 0,2 % de l'activité mondiale (CLIA, 2010).

C'est de façon générale le cas des bassins qui enregistrent des taux supérieurs à 10 % du nombre effectif de nuitées ; 12,5 % pour les croisières autour du monde, 13,8 pour les Transatlantiques et 16,6 % pour le bassin sud-est asiatique. Ces chiffres ne représentent en réalité, qu'une grande augmentation de bassin qui ne représente pas grand-chose à l'échelle mondiale ; respectivement 1,35 %, 2,63 % et 1,12 % de l'activité mondiale pour les bassins précédemment cités (CLIA, 2010).

Seul un bassin se détache de cette logique, la Méditerranée. Avec un taux moyen annuel soutenu à 15,6 %, le bassin méditerranéen représente aujourd'hui près d'un quart de l'activité mondiale de la croisière ; 18,09 % en 2010 (CLIA, 2010). Ainsi, sa progression n'est pas singulière, mais le bassin figure au top 3 des destinations mondiales de la croisière, entre la Caraïbe 36 millions de nuitées, et l'Europe, plus de 9 millions de nuitées en 2010 (CLIA, 2010).

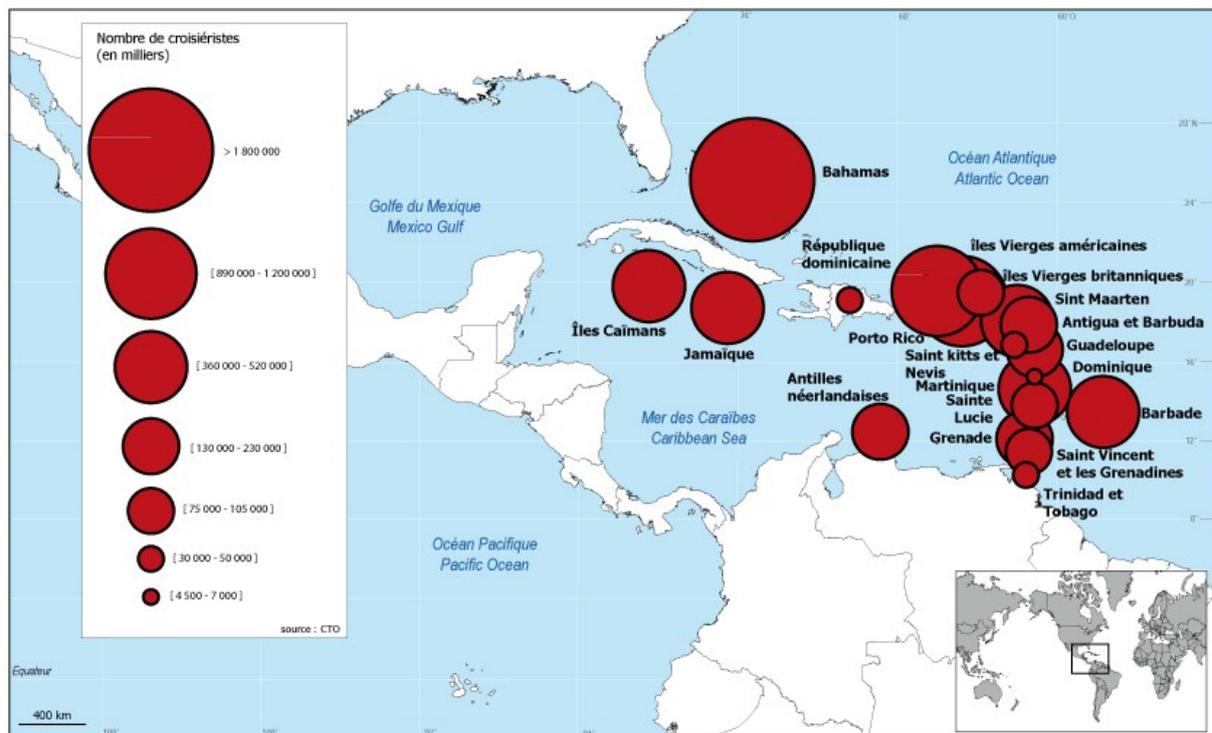
Enfin, le Moyen-Orient, les Transpacifiques, les croisières mondiales ont enregistré des taux d'évolution des nuitées supérieurs à 20 % entre 2000 et 2010. Comme certains des bassins précédents, même si les taux de fréquentation ont largement augmenté entre ces deux dates, ces bassins ne représentent qu'une part minime des flux mondiaux ; à l'instar du Moyen-Orient qui a un taux d'évolution moyen annuel de 51,1 % entre 2000 et 2010, mais qui ne représente que 1,28 % des flux mondiaux, ou encore le bassin antarctique, destination émergente de croisière dans les années 2000 avec 38,2 % d'évolution moyenne annuelle entre 2000 et 2010, mais qui ne représente que 0,23 % des flux mondiaux.

2.1.2 De la massification du tourisme de croisière dans la Caraïbe

Le bassin caribéen a, dans les années 2000, un produit croisière à maturité qui engage l'ensemble des îles qui le compose, avec des navires plus imposants que jamais. Berceau du tourisme de croisière, le bassin caribéen connaît deux phases dans cette décennie, la première marquée par un taux d'évolution de 8,7 % entre 2000 et 2005, marqué principalement par l'augmentation des capacités d'accueil des navires sans une augmentation significative des escales. Et un taux beaucoup plus réduit de 3,1 %, entre 2005 et 2010, qui traduit un ralentissement, non pas de l'activité en elle-même, mais dans l'affectation des nouvelles embarcations pour le bassin caribéen. Ainsi, la Caraïbe entre dans ces années 2005 dans une phase de ralentissement de son activité croisière, schématisé par un nombre fixe de navires en service. Cependant, la Caraïbe englobe plus du tiers de l'activité croisière mondiale avec 35,93 % des fréquentations en 2010 (CLIA, 2010).

Ainsi les années 1990 correspondent à la période charnière durant laquelle, le tourisme de croisière s'établit de façon différente, mais significative sur les îles de la Caraïbe, elles sont désormais toutes concernées par le secteur (cf. Carte 7).

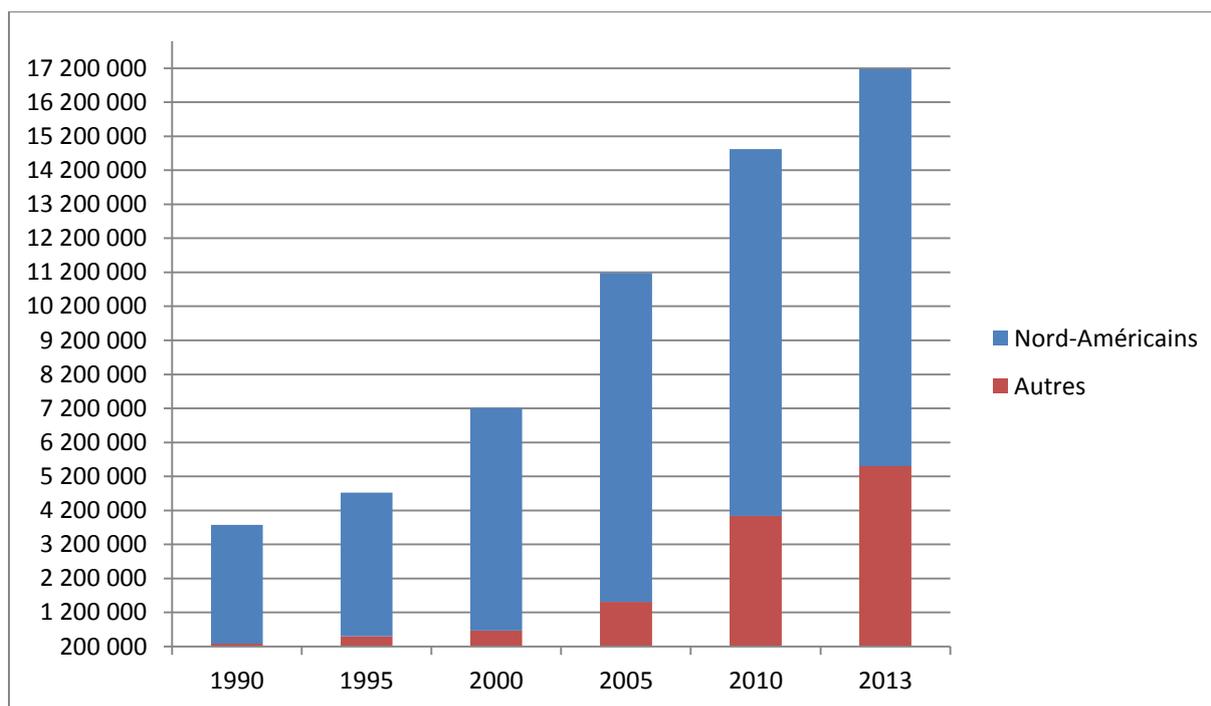
Carte 7— Le tourisme de croisière dans la Caraïbe en 1990



Source : Dowling, 2005

Les dépendances américaines et les îles qui entretiennent des relations économiques et politiques privilégiées avec la métropole ont les flux de croisiéristes les plus élevés. Les Bahamas (Nassau et Freeport), Porto Rico (San Juan) et les îles Vierges américaines (Saint Thomas) enregistrent près (ou plus) d'un million de croisiéristes en 1990. La prédominance de la clientèle américaine dans les flux touristiques (cf. Figure 10), l'importance accordée aux infrastructures portuaires et aéroportuaires, la proximité géographique, idéologique et politique qui existe dans les relations entre ces deux entités sont autant d'éléments de réponse qui peuvent expliquer ce fait. En effet, ces territoires sont des dépendances étasuniennes et les compagnies de croisière sont pour la plupart basées aux Etats-Unis; elles choisissent d'affecter des escales à des territoires dont la coopération est plus aisée et se fait dans une continuité territoriale et économique.

Figure 10— Part de la clientèle nord-américaine dans les flux de croisière dans la Caraïbe de 1990 à 2013.



Source : CLIA, 2013

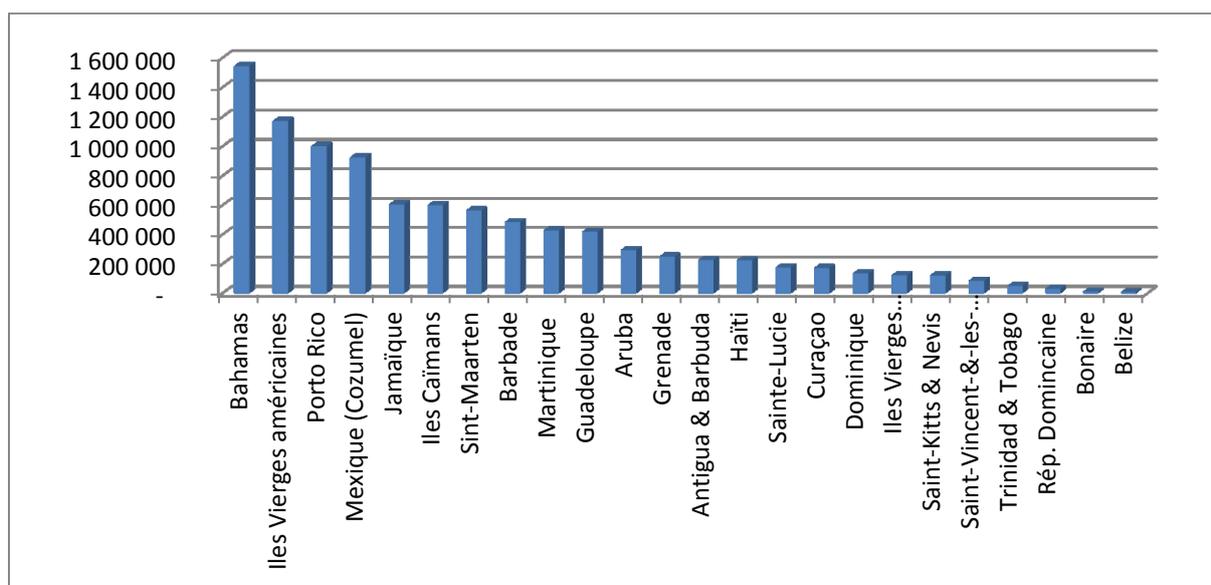
A partir de 1995, il y a un renouvellement dans la génération des destinations de la croisière ; depuis 1981, les instabilités politiques de la République d'Haïti ne permettent pas le développement de la croisière sur le territoire et ne fait plus partie de ces destinations, mais des îles comme la Jamaïque, les îles Caïmans, la Martinique et la Barbade, ont des chiffres de

fréquentation qui montrent de façon significative les orientations des politiques touristiques qui sont appliquées sur ces territoires (cf. Figure 11).

De plus, des destinations émergentes comme Cozumel au Mexique et Sint Maarten s'imposent comme des destinations neuves et innovantes qui enregistrent dès le début de l'activité dans les années 1995, sur le territoire des flux de croisiéristes très importants.

Au début des années 2000, ce tourisme de croisière, désormais de masse, cela se traduit par l'augmentation massive des clientèles transportées, encouragé par l'augmentation des navires affectés et des capacités d'accueil de ces unités navigantes. Il faut rajouter à cela, l'augmentation des escales sur les territoires tels que Cozumel, ou encore le Belize et plus récemment Costa Maya (Mahahual).

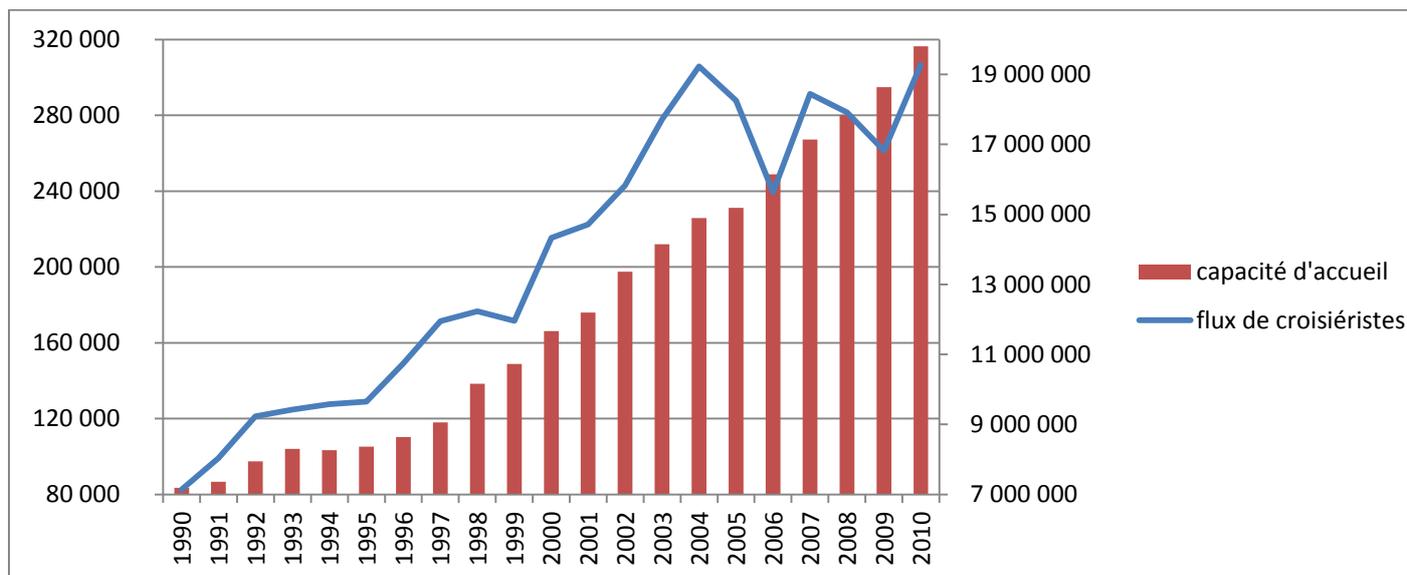
Figure 11— Flux de croisière selon les destinations dans la Caraïbe en 1995.



Source ; Dowling, 2005

Les capacités d'accueil des navires de croisière desservant la Caraïbe, c'est le nombre de places totales mises à disposition dans les navires de croisière pour des circuits en mer des Caraïbes traduisent de l'augmentation de ces derniers (cf. Figure 12). D'un peu moins de 150 000 lits disponibles en 1999, le début de la décennie 2000 s'accompagne de cette massification et passe largement la barre des 160 000 jusqu'à les doubler en une décennie pour atteindre en 2010 le nombre de 316 412 lits disponibles (soit une évolution de 90 % sur la période) (source CLIA, 2010).

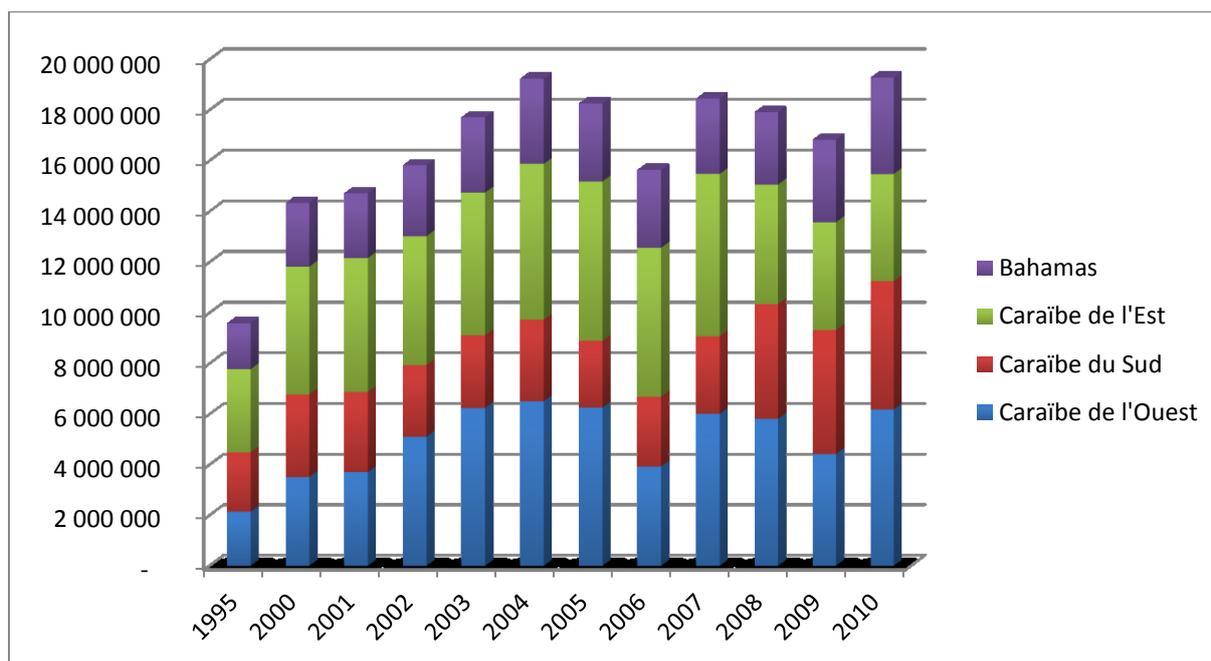
Figure 12— Les flux de croisiéristes et les capacités d'accueil dans la Caraïbe de 1990 à 2010.



Source : CLIA, 2010

Ce tourisme de croisière de masse se concentre d’abord dans la partie occidentale du bassin caribéen (Costa Maya, Cancún, Cozumel, Playa del Carmen au Mexique, Belize city à Belize, Colon à Panama, les Iles Caïman, Ocho Rios en Jamaïque). Le volume d’activité y a quadruplé au cours des dix dernières années. Cette zone Ouest concentre désormais 34 % des flux de la croisière en 2005 (soit plus de 6 millions de croisiéristes) contre 22 % (soit 2 millions) en 1995 (cf. Figure 13). A l’inverse, les parties orientale et méridionale de la Caraïbe, privilégiées par les compagnies de croisière jusqu’en à la fin des années 1990, connaissent globalement un recul de leur activité. Leur part de marché n’est plus que de 34 % en 2005 contre 57 % une décennie auparavant. Quelques destinations bien établies, comme Sint Maarten, maintiennent leur position alors que d’autres petites îles connaissent des pertes nettes, comme les îles françaises de la Martinique et la Guadeloupe dans les Petites Antilles. L’émergence de nouvelles destinations telles que Cozumel ou encore Costa Maya, la recrudescence de croisières très courtes de 3 ou 4 jours vers les Bahamas et les îles Vierges américaines, sont certainement les premiers éléments explicatifs de ce mouvement vers l’Ouest. De plus, les escales de l’ouest de la Caraïbe, notamment celle de Cozumel, sont deux fois plus proches que celles des Petites Antilles, et donc bien moins coûteuses en consommation de fuel qui devient autre paramètre désormais incontournable.

Figure 13— Part des zones de croisière dans la Caraïbe de 1995 à 2010



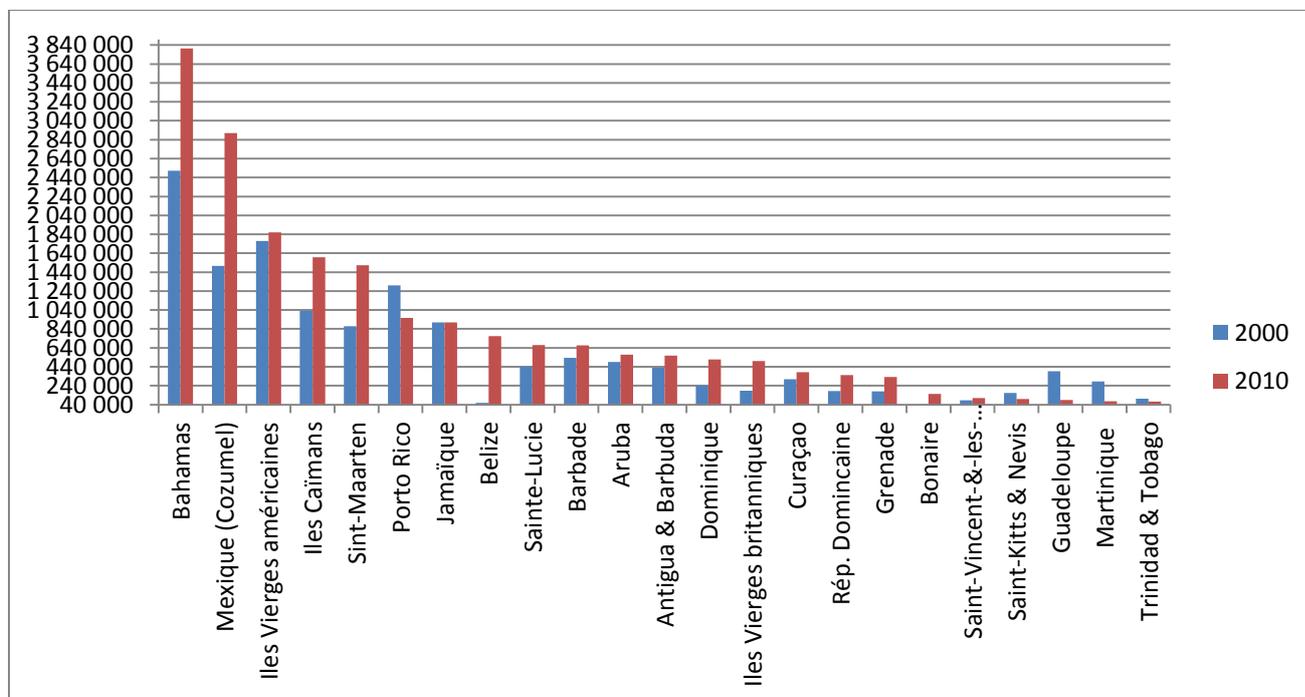
Source : Dowling, 2005 ; CTO, 2010

Aux grands foyers de tourisme de séjour, les plus célèbres étant Cuba, la République dominicaine, la Jamaïque, s'accompagnent désormais de grands foyers récepteurs de croisières telles que Cozumel, les îles Vierges américaines et Sint Maarten.

Le passage des années 1990 aux années 2000 est perçu comme une phase de transition où les destinations de la Caraïbe ont fait leur choix de développement touristique. Ainsi plusieurs stratégies se mettent en place sous forme de trois schémas explicatifs. Le premier, les flux de croisiéristes sont en deçà des flux de touristes de séjour, le deuxième au contraire marque la prédominance des flux de croisiéristes sur les flux de touristes de séjour, enfin le dernier, marqueur de neutralité impose une sensible égalité entre tourisme de séjour et croisière (cf. Figure 14). L'un des éléments de réponse préfigurant dans le choix des territoires de privilégier l'une ou l'autre forme de tourisme réside essentiellement dans la capacité pour ces petites entités insulaires d'investir. Investir d'abord structurellement, c'est-à-dire être capable de construire des zones portuaires capables de s'adapter aux investissements toujours plus grands des compagnies de croisière dans un contexte de gigantisme naissant. Et puis, investir financièrement, c'est-à-dire avoir les moyens pécuniaires de construire ces structures. Les territoires d'accueil ne se heurtent à la question de l'espace disponible qu'une fois ces deux éléments fixés..

Cette rapide croissance s'explique en partie par le nombre croissant de navires mis en service d'une part, et d'autre part par l'avènement des sociétés spécialisées dans la croisière (Dowling 2005).

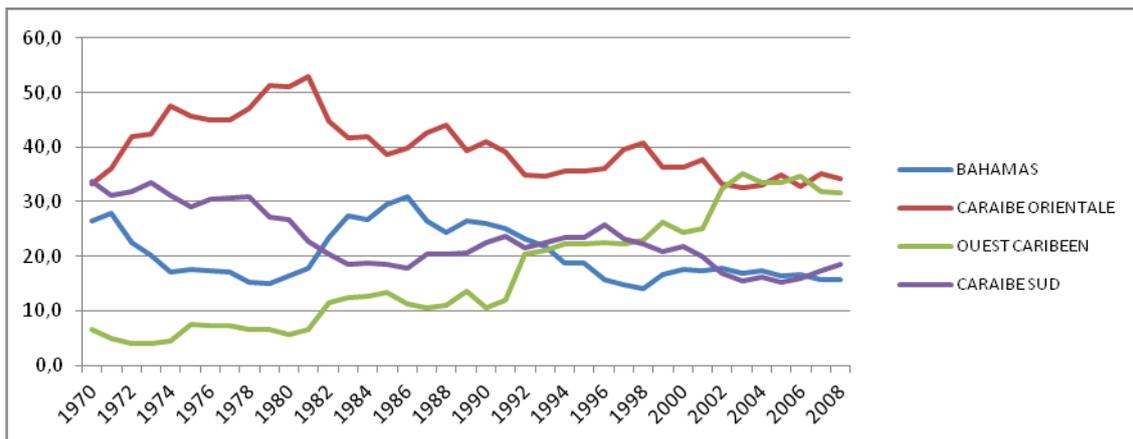
Figure 14— Le tourisme de croisière dans la Caraïbe en 2000 et en 2010



Source : Dowling, 2005 ; CTO, 2010

En première analyse de la figure, la concentration de la fréquentation de croisière s'est amoindrie sur les quatre dernières décennies. Elle s'est stabilisée depuis 2000, mais demeure impressionnante : les 5 destinations les plus fréquentées concentraient 71 % de la fréquentation caribéenne en 1970 pour 55 % en 2008. Les Bahamas et les îles Vierges Américaines sont invariablement dans le trio des escales les plus abondamment visitées (Porto Rico est constamment le troisième membre du trio jusqu'en 1990). Principalement focalisé sur des destinations américaines jusqu'en 1974, la croisière s'est progressivement élargie à l'ensemble du bassin caribéen, les dépendances hollandaises et du Commonwealth britannique viennent compléter et diversifier les destinations caribéennes.

Figure 15— Le poids des quatre sous-espaces de croisière de la Caraïbe (en % du total de la fréquentation annuelle totale de la Caraïbe)



Depuis 2000, le mouvement de mutation spatiale s'est stabilisé pour constituer deux grands segments de marché :

Le premier est constitué de l'ensemble Bahamas-Caraïbe Sud. Il concentre un tiers de la fréquentation globale, distribuée également entre les deux sous-espaces ;

Le second réunit pour le solde, les Caraïbes Orientale et de l'Ouest, avec une répartition quasi égalitaire entre ses deux membres. La fréquentation de croisière dans la Caraïbe diminue depuis 2004 (cf. Figure 15). Le développement des croisières dans d'autres parties du monde (Alaska, Europe, Amérique du Sud) par des compagnies qui opèrent dans la Caraïbe interroge sur la saturation, la congestion ou la maturité du produit croisière Caraïbe.

2.2 La croisière dans la Caraïbe : structure régionale et évolution des flux

Plus précise que la précédente, cette sous-section reprend dans le détail des territoires l'évolution des flux de croisière des deux décennies 1990 et 2000. Les îles de la Caraïbe ont connu un double rythme dans l'évolution du marché du tourisme. Bien investis dans les années 1990 dans l'accueil des touristes de séjour, ils se sont aussi développés dans celui des touristes de croisière. Deux types de tourisme complément différents qui ne demandent ni les mêmes aménagements ni les mêmes infrastructures d'accueil (cf. carte — 11). En 1990, la Caraïbe accueillait plus de 18 millions de touristes, tous types confondus, les touristes de séjour représentaient 58,9 % du marché global (CTO, 1990). En 2010, c'est le schéma inverse qui s'impose, près de 38 millions de touristes, cependant les croisiéristes représentent 50,8 % du marché caribéen (cf. Tableau 4).

Tableau 4— Proportion des flux de croisière et de séjour dans la Caraïbe, 1990 ; 2010 (en %)

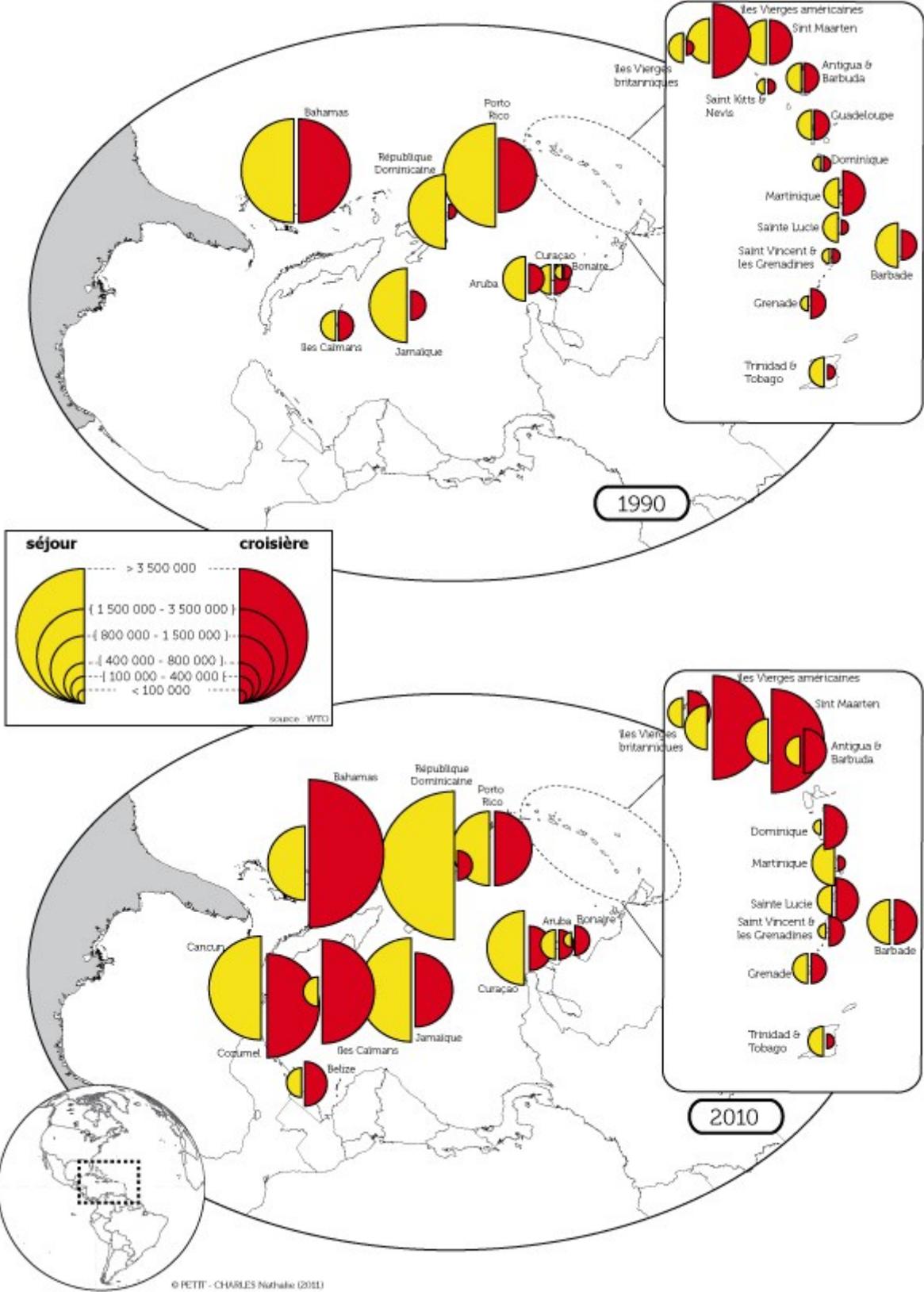
PAYS		1990		2010	
		croisière	séjour	croisière	séjour
1	Antigua & Barbuda	52	48	71	29
2	Aruba	23	77	41	59
3	Bahamas	54	46	74	26
4	Barbade	46	54	56	44
5	Belize	—	100	76	24
6	Bonaire	11	89	81	19
7	Cuba	—	100	-	100
8	Curaçao	42	58	53	47
9	Dominique	13	87	87	13
10	Grenade	71	29	76	24
11	Guadeloupe	28	72	0	0
12	Iles Caïmans	59	41	85	15
13	Iles Vierges américaines	71	29	73	27
14	Iles Vierges britanniques	37	63	60	40
15	Jamaïque	28	72	32	68
16	Martinique	60	40	14	86
17	Mexique (Cancún)	-	0	0	100
18	Mexique (Cozumel)	-	0	100	0
19	Porto Rico	26	74	41	59
20	République dominicaine	4	96	8	92
21	Sainte-Lucie	42	58	69	31
22	Saint-Kitts & Nevis	32	68		
23	Saint-Vincent — & — les-Grenadines	59	41	60	40
24	Sint Maarten	49	51	77	23

Source : CTO, 2010

Les destinations de la Caraïbe ont alors basé leur politique touristique sur le développement du tourisme de croisière ou du tourisme de séjour. Le passage des années 1990 à 2010, et la comparaison des flux sur la même période permettent d'apprécier le mouvement de mutation des formes de tourisme dans la Caraïbe. En analysant la carte et les flux de touristes entre 1990 et 2010, plusieurs stratégies se mettent en place sous forme de quatre schémas explicatifs (cf. Carte 8).

Le premier, les flux de croisiéristes sont en deçà des flux de touristes de séjour comme la Jamaïque, la République dominicaine, Trinidad et Tobago et la Martinique. L'activité de croisière n'a pas su supplanter celle du tourisme de séjour et le taux d'activité de ce dernier reste largement supérieur à celui de la croisière, même s'il y a une réévaluation des flux.

Carte 8- Le tourisme de séjour et le tourisme de croisière dans la Caraïbe, 1990 et 2010.



Source : Dowling, 2005 ; CTO, 1990, 2010

Ainsi, la Jamaïque qui enregistrait plus de 72 % de son activité dans le tourisme de séjour en 1990, maintient ses taux et accueille 67,9 % de ses touristes pour le séjour en 2010 (CLIA, 2010). Le contraste est beaucoup plus marqué dans des destinations telles que la République dominicaine et la Martinique, cependant cette différence se traduit différemment dans le temps. En effet, la République dominicaine a toujours privilégié son marché du tourisme de séjour, 96,3 % des flux de touristes étaient de séjour en 1990 et 92,1 % en 2010 (CLIA, 2010). La différence entre les deux périodes n'est pas significative dans le changement et conclut d'une orientation largement privilégiée pour le tourisme de séjour, laissant qu'une faible part d'arrivées de croisiéristes sur le territoire.

La Martinique en revanche a connu, au début des années 1990 des taux d'arrivées de touristes à peu près similaires, que ce soit pour le séjour ou la croisière, 40,1 % de touristes de séjour et 59,9 % de croisiéristes. L'année 2010 témoigne d'un changement radical entre les deux formes de tourisme et traduit d'une crise du secteur de la croisière à la Martinique ; désormais, 86,5 % des flux touristiques sont réservés au seul du tourisme de séjour. Le développement des territoires voisins durant les années 1990 et la concurrence élevée qui s'en est suivi a mis à mal la politique touristique de la Martinique qui s'incline face au marché de la croisière caribéenne se concentrant davantage sur les arrivées de touristes européens sur le territoire.

Enfin, Trinidad et Tobago a, en 1990 et 2010, maintenu un flux de touristes avoisinant les 220 000 visiteurs par an, avec un taux de touristes de séjour plus important que celui des croisiéristes ; le poids de l'activité de tourisme de séjour représente près de 85 % de l'activité globale sur l'ensemble de la période. La stratégie adoptée est semblable à celle de la République dominicaine, qui se place dans un maintien des flux de touristes de séjour sur le territoire. D'autres destinations au contraire marquent la prédominance des flux de croisiéristes sur les flux de touristes de séjour comme aux Bahamas, aux îles Caïmans, Belize, les îles Vierges britanniques, les îles Vierges américaines, Sint Maarten, Antigua et Barbuda, la Dominique, Sainte-Lucie, Saint Vincent et les Grenadines et Aruba. Le tourisme de croisière de ces destinations occupe plus de 75 % de l'activité global, 84,7 % pour les îles Caïmans en 2010 contre 58,8 % en 1990, ou encore, 77,3 % pour Sint Maarten en 2010 contre 48,6 % en 1990. Cependant, les stratégies de développement les plus spectaculaires sont celles de l'île de la Dominique et de Bonaire, qui se sont clairement positionnées sur le marché de la croisière. En observant les flux de croisiéristes sur ces deux destinations entre 1990 et 2010, il semble évident que la politique du développement touristique se concentre davantage vers la croisière : le poids de ce marché a été multiplié par 7 pour la Dominique et par 8 pour Bonaire entre les deux dates : 13,1 % de croisiéristes en 1990 contre 87,1 % en

2010 à la Dominique et 10,8 % de croisiéristes en 1990 contre 81,4 % de croisiéristes en 2010 (CLIA, 2010).

Certaines destinations ont une évolution des flux, marqueurs de neutralité et imposent une sensible égalité entre tourisme de séjour et tourisme de croisière comme Porto Rico, Aruba, la Barbade et Grenade. Ceci se traduit dans la réalité par un rapport équilibré entre séjour et croisière en terme de poids sur le marché du tourisme. Là encore, deux profils se distinguent : les destinations telles que la Barbade et Curaçao, qui ont entretenu ce fait. Néanmoins, un léger basculement vers le tourisme de croisière est opéré, sans pour autant changer, de façon significative, les taux. Ainsi, la croisière représentait 45,6 % du marché à la Barbade, en 1990 et 42,3 % à Curaçao alors qu'en 2010 ces taux étaient respectivement de 55,5 % et de 52,9 %. Les destinations telles qu'Aruba et Porto Rico s'efforcent de réajuster leur taux de touristes. C'est-à-dire que les taux du tourisme de séjour étaient largement prédominants en 1990, et ceux de la croisière se sont réalignés au fil du temps pour arriver à cette réalité. Ainsi, Porto Rico et Aruba ont, respectivement, enregistré des taux de 25,9 % et 23,1 % en 1990 et de 41,1 % et 40,8 % en 2010.

Enfin, le Mexique a instauré une politique de développement des deux formes de tourisme de façon bilatérale. Ainsi, cette seule destination accueille autant de touristes de séjour que de croisiéristes répartis spatialement sur deux destinations. Nous retrouvons alors Cancún, spécialiste de l'accueil des touristes de séjour (2,1 millions de touristes de séjour en 2010) et Cozumel, spécialisée dans le secteur inverse (2,9 millions de croisiéristes en 2010).

Les perspectives de croissance stimulent les investissements : au cours des onze dernières années 143 nouveaux navires ont étoffé ce marché. Pour la seule année 2011, la CLIA annonce la mise en service de 13 nouveaux bateaux pour un total 14 886 lits. 14 autres (soit 17 984 lits) sont programmés pour 2012 et 25 navires supplémentaires devraient être livrés entre 2013 et 2015 pour un total de 360 000 lits, soit un total de 10 milliards d'investissements sur trois ans. Certains territoires d'accueil se concentrent davantage sur la croisière, face au développement accru des compagnies et à la l'augmentation de leur flotte, ils se concentrent sur le développement de cette partie de l'activité en espérant récupérer un minimum des retombées financières qui se profilent.

Conclusion

La décennie 1990 est synonyme à la fois d'émergence et de diversification, et source de dualité. D'émergence, parce que certaines destinations s'éveillent au tourisme de croisière et rentrent tout juste dans l'activité lorsque d'autres territoires y accueillent des flux depuis plus d'une décennie. La diversification parce que le développement de l'activité croisière fait naître une certaine dualité entre un tourisme de séjour bien calibré et largement implanté, à cette activité nouvelle qui n'implique pas autant les territoires.

En conséquence, l'analyse des rapports entre tourisme de séjour et tourisme de croisière, dans notre cas entre 1990 et 2010, permet d'avoir une vision des comportements de destinations caribéennes face à l'une ou l'autre forme de tourisme. Entre spécialisation et complémentarité, les îles caribéennes ont au fil du temps fait leur choix en terme de politique touristique, et ceci se vérifie par la prédominance de l'une ou l'autre activité. Néanmoins, un élément majeur peut intervenir et orienter ce choix, pour accueillir des navires de croisière en escale il faut investir dans des structures portuaires suffisamment efficaces qui répondent à l'évolution des structures des navires. Ces investissements ont été suivis par les destinations naissantes des décennies 1980 et 1990, comme Cozumel ou Sint Maarten, parce qu'elles ont su répondre en un minimum de temps à l'accroissement du rythme des escales et au redimensionnement des navires. Les destinations plus anciennes n'ont peut-être pas su interpréter le renouveau de l'activité et les infrastructures portuaires sont rapidement devenues obsolètes.

Il reste également, comme dans l'activité du tourisme en général, ce phénomène de mode, du tout beau tout nouveau qui influence les flux, les orientant vers de nouvelles destinations plus jeunes. Ceci pousse les destinations plus anciennes à renouveler leur offre et à rafraichir leur port en fonction que ce que font les îles voisines.

Face au phénomène de massification les compagnies de croisière, qui construisent finalement les lieux, ont du s'adapter et faire progresser leur activité tant sur le plan structurel que matériel.

Chapitre - 3 Organisation, fonctionnement et structure des compagnies de croisière

Le paquebot de croisière ne doit pas être entendu comme un simple moyen de transport reliant des escales, plus ou moins aménagées pour la circonstance, qui motiveraient le déplacement du visiteur. Le paquebot fait partie intégrante du voyage d'agrément ; il est même au cœur de cette expérience touristique. Trois compagnies affectent leurs navires dans la mer des Caraïbes et rythment le marché ; chacune des filiales qui les composent impose sa propre marque de fabrique et affiche une façon de naviguer, une signature.

Standardisation des consommations (Ritzer, 1997), simplification et homogénéisation des offres, ce produit croisière est destiné au tourisme de masse et l'industrie de la croisière évolue dans le cadre d'une figuration oligopolistique où deux puissants groupes dominent le marché : *Carnival Group* et *Royal Caribbean International* (Dehoorne et al, 2013) ; elles possèdent plus des deux tiers des capacités d'accueil du marché (Vogel, 2009).

Ce paquebot de croisière est un véritable complexe touristique flottant, un *resort* avec toutes les prestations et les aménités nécessaires aux besoins du client (Logossah, 2007 ; Grenier, 2008, Dehoorne et al., 2009). A bord se côtoient les clientèles transportées, en attente des services largement vantés par les compagnies lors de l'achat du billet et les membres d'équipage, qui chacun dans leur domaine doivent satisfaire les moindres désirs de leurs clients. Bien entendu, la vie à bord est orchestrée par les dirigeants des compagnies de croisière dont le premier représentant dans le navire est le capitaine.

Ce nouveau chapitre se concentre sur l'organisation des compagnies de croisière de la construction des navires au choix des dispositions des clientèles à bord, en passant par le rôle du personnel de bord.

3.1 Structuration des compagnies de croisière qui contrôlent le marché.

Quelques chiffres permettent de saisir la vigueur de l'industrie de la croisière dont la croissance annuelle moyenne est de 7,5 % sur la période 1980-2011. Le nombre de croisiéristes est passé de 3,7 millions en 1990 à 7,2 millions en 2000 pour atteindre 14,82 millions en 2010 puis 16,65 millions en 2011. Toujours en 2011, la CLIA annonce la commercialisation de 325 400 lits répartis sur 211 bateaux. Cela ne représente que 0,6 % des lits touristiques de l'hôtellerie dans le monde (OMT, 2003, cité par Dowling, 2006), mais le total des nuitées dépasse 105 millions. La Caraïbe domine le marché mondial avec 42,7 millions de nuitées en 2011 (soit 39,75 % du marché mondial) devant la Méditerranée (21,99 millions de nuitées pour 20,44 %). Ces chiffres ne sont enregistrés que par quelques compagnies qui contrôlent le marché.

3.1.1 La position oligopolistique des compagnies de croisière.

Une vingtaine de compagnies de croisière desservent la Caraïbe, à partir de différents ports, qu'ils soient sur la côte américaine ou encore sur certaines îles de la Caraïbe telles que la Barbade, la Martinique ou la Guadeloupe.

Chacune de ces compagnies possède une part du marché caribéen de la croisière, et propose une manière de voyager qui leur est propre. Des spécialités de la *Carnival Cruise Line*, à l'excentrisme et la démesure des navires de la *Royal Caribbean International*, la signature croisière caribéenne se conjugue au fil des envies d'une clientèle largement nord — Américaine.

Une situation oligopolistique est en place lorsque sur un marché il y a un faible nombre de vendeurs pour un fort nombre d'acheteurs, en l'occurrence sur le marché de la croisière les vendeurs sont les compagnies de croisière et les acheteurs les clients croisiéristes. Le marché du tourisme de croisière est dominé par les puissants foyers émetteurs nord-américains qui dirigent l'industrie et animent l'activité : les deux groupes *Carnival Group* et *Royal Caribbean Cruise Line* se partagent 85 % du trafic de passagers et 55 % de la flotte (FCCA, 2010). Davantage de bateaux sont mis en service, en moyenne 4,5 bateaux par an entre 1990 et 1999, contre 7,9 bateaux en moyenne par an entre 2000 et 2009 (Ward, 1994, 2009), et ont pour caractéristique principale d'être plus imposants que leurs prédécesseurs (112 237 tonnes en moyenne pour la décennie 1990, 120 500 tonnes en moyenne pour la décennie 2000 (Ward, 2009). Ce n'est que jusqu'en 2011 que l'administration maritime des Etats-Unis (la

MARAD) a émis des données relatives aux compagnies de croisière, essentiellement au sujet des flux des compagnies qui composent ces grands groupes. Il en ressort que :

1. La *Carnival Group* a transporté 52,3 % des croisiéristes dans la Caraïbe en 2010. Le Groupe est composé d'une dizaine de compagnies qui affectent des escales dans la Caraïbe (cf. Tableau 5) : *Carnival Cruise Line*, *Princess Cruise*, *Holland America*, *Costa Croisière*, *P&O*, *Aïda Cruise*, *Cunard*, *P&O Australia*, *Iberocruceros*, *Ocean Village* et *Seabourn*. Carnival Corporation, numéro 1 mondial de la croisière, voit son activité atteindre des sommets. Le groupe américain a généré l'an dernier un chiffre d'affaires de 14.5 milliards de dollars, soit un milliard de plus que sur l'exercice précédent. Les bénéfices sont également en progression, avec un résultat net de 2 milliards de dollars, soit 200 000 dollars de plus en un an (Wikipedia, 2010).

Tableau 5- Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Carnival Group

Carnival Group	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Aïda Cruises</i>					7 387	7 788	12 407	23 436
<i>Carnival Cruise Line</i>	3 087 930	3 180 814	3 292 345	3 531 304	3 550 510	3 831 690	3 977 014	4 132 607
<i>Costa Cruise Line</i>	82 515	108 937	127 518	112 735	79 270	64 702	96 976	36 639
<i>Cunard Line</i>	87 107	112 492	95 031	102 149	118 410	79 785	71 637	89 502
<i>Holland America Line</i>	629 081	600 100	633 700	614 918	626 620	649 252	654 375	678 949
<i>Princess Cruises</i>	963 003	1 024 695	1 029 180	1 130 601	1 009 520	972 738	1 023 242	927 677
<i>Seabourn Cruise Line</i>	4 359	4 347	4 880	3 302	3 350	4 006	4 887	4 279
	4 853 995	5 031 385	5 182 654	5 495 009	5 387 680	5 602 173	5 828 131	5 869 653

Source : Wikipedia, 2012 ; MARAD, 2012

L'ensemble des compagnies de la filiale a transporté près de 6 millions de passagers en 2011 (MARAD, 2012), ce qui représente près de 60 des croisiéristes dans le bassin caribéen cette même année. La *Carnival Group* regroupe 95 navires dont 82 officient dans la Caraïbe, ce qui représente 60 % de la flotte à disposition. Le groupe ne possède pas les plus gros paquebots de la flotte américaine, cependant, certaines compagnies se sont spécialisées dans des croisières de courtes et très courtes durées dans les Bahamas et les îles privées de la compagnie. C'est ainsi que la compagnie *Carnival Cruise Line* qui a transporté plus de 4

millions de passagers en 2011 concentre à elle seule 70 % des flux de la filiale grâce à ses croisières de 3 et 4 jours combinées au concept de *fun ship*.

La *Carnival Cruise Line* a développé à la fin des années 1990, le concept de *Fun ship*. Il s'agit pour la compagnie d'équiper ses navires de sorte que le client y trouve tous les équipements nécessaires à son divertissement, c'est en ce sens qu'elle a été la première compagnie à proposer une piste pour le jogging qui fait le tour du pont supérieur.

Les flux de passagers de la compagnie *Seabourn Cruise Line* ne représentent que 0,07 % de l'ensemble des passagers transportés de la filiale. Cette faible participation s'explique d'une part par le fait que les navires de la compagnie ont des capacités d'accueil maximum de 450 passagers. Les navires sont considérés comme des yachts de croisière, et non des navires, et ils transportent entre 200 et 450 passagers à chaque circuit. De plus, ces yachts effectuent de longs circuits, de l'ordre de 7 jours, ce qui les concentre davantage sur l'eau, réduisant ainsi leur départ. Pour finir, sur les 6 navires que compte la compagnie, seuls, 4 sont destinés à des croisières dans la Caraïbe. Le faible nombre de passagers transportés à chaque départ entraînent des flux de croisiéristes bien moins importants pour la compagnie.

2. Royal Caribbean Cruise Line possède 31,5 % du marché et est composée de 7 compagnies (cf. Tableau 6) : *Royal Caribbean International*, *Celebrity Cruise*, *Croisière de France*, *Pullmantur*, *Azamara Cruises*, *TUI Cruises*.

Tableau 6— Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Royal Caribbean International

RCCL	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Azamara Club cruise</i>					7 772	5 936	7 558	
<i>Celebrity Cruise Lines</i>	600 774	553 242	462 342	380 157	382 900	405 944	642 299	594 569
<i>Royal Caribbean International</i>	2 626 169	2 689 272	2 789 474	2 783 577	2 619 250	2 222 298	2 506 777	2 369 379
	3 226 943	3 242 514	3 251 816	3 163 734	3 002 150	2 628 242	3 149 076	2 963 948

Source : Wikipedia, 2012 ; MARAD, 2012

La compagnie *Royal Caribbean International* concentre près de 80 % des flux de croisiéristes de la filiale. Sur les cinq compagnies qui la composent, seules trois officient dans la Caraïbe et c'est à *Royal Caribbean International* que revient plus des trois quarts de la clientèle. Il est

à noter que cette compagnie possède depuis 2010 les deux plus gros paquebots du monde, *l'Oasis of the Seas* et *l'Allure of the Seas*, capables de transporter chacun plus de 6 000 passagers en capacité pleine (c'est-à-dire lorsque toutes les chambres sont remplies au maximum de leur capacité, contrairement à la capacité simple qui considère que toutes les cabines sont doubles et donc que la capacité du navire se réduit au nombre de cabines multiplié par deux).

La compagnie possède deux espaces réservés dans la Caraïbe ; le premier est une petite île des Bahamas, *Cococay*, qui, comme *Carnival Cruise Line*, permet à la compagnie d'y effectuer des escales sans restrictions. Les lieux sont aménagés et les installations permettent aux croisiéristes de vivre leur escale comme n'importe qu'elle autre île de la Caraïbe. Le second territoire est Labadee (ou Labadie), presqu'île de l'île d'Hispaniola, sur le territoire haïtien. Le lieu est loué par la compagnie, et comme à *Cococay* elle est libre d'y installer des infrastructures permettant aux clients des navires d'y effectuer leurs escales. L'ensemble des bateaux de la filiale peut profiter de ces installations.

3. Appollo Group possède 12 % du marché et est composé de trois compagnies : *Norwegian Cruise Line*, *Oceania Cruises* et *Regent Seven Seas* (cf. Tableau 7).

Tableau 7- Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Apollo Group

Apollo Group	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Norwegian Cruise Line	810 121	924 031	1 033 770	1 151 319	1 039 250	1 096 005	1 171 376	1 294 864
Oceania cruise	6 521	6 487	6 229	4 600	3 910	5 628	6 682	26 337
Regent Seven Seas Cruises	47 968	48 115	29 263	29 906	28 220	23 020	22 513	23 824
	864 610	978 633	1 069 262	1 185 825	1 071 380	1 124 653	1 200 571	1 345 025

Source : Wikipedia, 2012 ; MARAD, 2012

Enfin, d'autres compagnies gravitent autour de ces trois filiales : *Disney Cruise Line*, *MSC Croisière* et d'autres qui proposent des croisières dans des yachts et des voiliers de luxe : *Crystal Cruise*, *Fred Olsen Cruise Line*, *Seadream Yacht Club*, *Windstar Cruise* et *SilverSea Cruise*. Ces compagnies ne concentrant qu'une faible part de personnes transportées dans la Caraïbe. Ceci est dû en partie au fait qu'elles possèdent des embarcations de faible capacité, de l'ordre de 600 passagers, et en nombre restreint, deux à trois navires par compagnies. Ainsi, l'ensemble des ces compagnies ne représentent que 0,3 % du marché de la croisière

dans la Caraïbe en 2010, 5,2 % pour la compagnie *Disney Cruise Line* et 0,6 % pour *MSC Cruise*.

Même si les compagnies de croisière de grand luxe, sont en marge de l'économie de masse orchestrée par les grandes compagnies de croisière telles que *Carnival Cruise Line* et *Royal Caribbean International*, diversifient leurs escales, et privilégient des ports plus petits et davantage à l'écart, nous retiendrons ici Pigeon Island au lieu de Castries, Tobago Cays, petites îles de l'archipel des Grenadines. Seulement, la caractéristique principale de ces compagnies est le tarif moyen d'une croisière de 7 jours dans la Caraïbe, de l'ordre de 5 000 dollars, 7 500 dollars pour la compagnie *Windstar*

Le nombre sans cesse croissant d'individus, désireux d'effectuer une croisière, oblige les compagnies de croisière à opter pour une commercialisation de masse. Cette dernière passe par l'augmentation des capacités d'accueil et donc de l'ensemble des structures navigantes. Le phénomène de gigantisme, naissant en cette nouvelle décennie 2000, n'est pas propre au tourisme de croisière, mais à l'ensemble de l'activité, et même bien au-delà. Les individus sont plus nombreux à nourrir, à divertir, à loger et à transporter.

3.1.2 Stratégie, conception et mutation des navires de croisière

La significative augmentation des flux de passagers dans la Caraïbe est le fruit d'un double effet, le premier, les navires de croisière sont beaucoup plus gros ce qui induit une augmentation des capacités de charge, donc des quantités transportées (cf. Tableau 8). La phase de gigantisme, concernant la croisière, débute à la fin de la décennie 1990, avec une nouvelle génération de navire de plus de 100 000 tonnes (Wood, 2000). La première compagnie a tenté l'expérience est la *Carnival Cruise Line* avec la mise en service du *Carnival Destiny*, premier de la catégorie des *megaships*, 101 000 tonnes, 3 300 passagers et 1 070 membres d'équipage il est rapidement dépassé en mai 1998 par le *Grand Princess* de la compagnie *Princess Cruise Line*, plus grand que les chutes du Niagara avec ses 290 mètres de long, plus de 108 000 tonnes 3 300 passagers et 1 100 membres d'équipage.

Tableau 8— Le classement des plus gros bateaux de croisière (plus de 100 000 tonnes) de 2000 à 2010.

Année	Navires	Compagnies	Tonnage
2000	Explorer of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	137 308

	Carnival Victory	Carnival Cruise Line	101 509
2001	Golden Princess	Princess Cruise Line	108 865
	Adventure of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	137 276
2002	Star Princess	Princess Cruise Line	108 977
2003	Costa Fortuna	Costa Cruise Line	105 000
	Carnival Glory	Carnival Cruise Line	110 000
	Navigator of the seas	Royal Caribbean Line	137 276
2004	Carnival Glory	Carnival Cruise Line	110 000
	Carnival Conquest	Carnival Cruise Line	110 319
	Caribbean Princess	Princess Cruise Line	112 894
	Diamond Princess	Princess Cruise Line	113 000
	Mariner of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	137 276
	Queen Mary 2	Cunard	148 528
	Costa Magica	Costa Croisière	105 000
2005	Carnival Liberty	Carnival Cruise Line	110 000
	Sapphire Princess	Princess Cruise Line	113 000
2006	Costa Concordia	Costa Croisière	112 000
	Crown Princess	Princess Cruise Line	116 000
	Freedom of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	154 407
2007	Carnival Freedom	Carnival Cruise Line	110 000
	Costa Serena	Costa croisière	112 000
	Emerald Princess	Princess Cruise Line	116 000
	Liberty of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	154 407
2008	Carnival Splendor	Carnival Cruise Line	112 000
	Celebrity Solstice	Celebrity Cruise Line	122 000
	MSC Fantasia	MSC Croisière	135 000
	Independence of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	154 407
	Ventura	P&O cruise	116 000
2009	Costa Pacifica	Costa Croisière	114 500
	MSC Splendida	MSC	133 000
	Oasis of the seas	Royal Caribbean Cruise Line	220 000

Source : CLIA, 2010

Comme la course au Ruban bleu au début du siècle dernier, les compagnies de croisière s'imposent désormais un rythme de construction et mettent en service des navires toujours plus gros. Les innovations techniques et l'amélioration des espaces de vie sont les maîtres mots d'un tourisme de croisière massifié dans la Caraïbe. Les dernières années de la décennie 1990 et le début des années 2000 voient apparaître les *Post-Panamax*, terme qui décrit une nouvelle catégorie de navire, distinguant les bateaux en mesure de passer le Canal du Panama de ceux qui sont trop gros pour le faire. Les écluses permettant le passage des navires mesurent un peu moins de 34 mètres de large, tous les navires, qu'ils soient porte-conteneurs ou navires de croisière, dont le maître bau (plus grande largeur d'un navire) dépassent cette largeur ne sont pas en mesure de traverser le Canal. Le *Carnival Sunshine* de la compagnie *Carnival Cruise Line*, mis en service en 1996 est l'un des premiers concernés. En novembre 1999 le *Voyager of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International* surpasse tous les autres navires sur le marché avec ses 137 000 tonnes, pour une capacité de 3 840 passagers et 1 181 membres d'équipage. Le fait marquant de ce phénomène reste la mise en service le 12 janvier 2004, du *RMS Queen Mary 2*, qui avec ses 148 000 tonnes, est resté pendant longtemps le plus luxueux des plus gros paquebots du monde (cf. Figure 16). La compagnie *Cunard*, instigatrice de ce projet, est connue pour offrir une certaine qualité de ses services, respectant les engagements pris à la création de l'entreprise plus d'un siècle plus tôt.

Figure 16- Comparaison des plus gros navires de croisière en navigation dans le monde



Source : Royal Caribbean international, 2009

La compagnie *Royal Caribbean Cruise Line* annonce régulièrement la mise à flot de navires toujours plus gros, et se place au fil du temps comme étant spécialisée dans le développement de ce tourisme de croisière de masse, articulé et largement identifié par la planification de navires de plus grande capacité. Elle commence sa stratégie de développement en 1999 avec la mise en service des navires de la classe *Voyager* (*Voyager of the Seas*, 1999, *Explorer of the Seas*, 2000, *Adventure of the Seas*, 2001, *Navigator of the Seas*, 2003), jusqu'à la sortie du RMS *Queen Mary* en 2004, la compagnie possédait les plus gros navires du monde.

Elle imposera donc un nouveau rythme dans la construction des megaships en mettant en service en 2006 les navires de la classe *Freedom*, de plus de 154 000 tonnes.

Ces navires destinés à la croisière de masse côtoient toujours quelques autres embarcations de dimensions plus modestes qui se consacrent aux segments de clientèle haut de gamme. A l'orée des années 2010, les projets concernant des navires de tailles conséquentes sont annoncés. Les compagnies investissent désormais dans des structures imposantes pouvant accueillir plus de 4 000 passagers à la fois. Les projets *Pinnacle* rebaptisés *Super Liberty* de la compagnie *Carnival Cruise Line*, *Epic* de la compagnie *Norwegian Cruise Line* et *Genesis* de la compagnie *Royal Caribbean Cruise Line* sont alors à l'ordre de jour. Elles visent non seulement la création de navires plus grands, mais dont les équipements accroissent l'aspect autonome du navire. Aux célèbres salles de jeux et casinos déjà présents dans les générations précédentes de navires, ces projets ont pour vocation de créer des rues piétonnes, des parcs à thème, des murs d'escalade, etc.

C'est au chantier naval d'*Aker Yards* basé en Irlande que la compagnie Royal Caribbean International a confié la fabrication des deux paquebots ; l'*Oasis of the Seas* livré en décembre 2009 et l'*Allure of the Seas* livré en 2010. Avec leur 360 mètres de long et leur 220 000 tonnes, ce sont les plus gros paquebots de croisière jamais réalisés. Représentant un volume supérieur de 50 % à celui du RMS *Queen Mary 2* les navires d'une capacité de 2700 cabines peuvent accueillir près de 6000 passagers. À Adam Goldstein (président de la compagnie Royal Caribbean International) d'annoncer : « *Nous voulions construire quelque chose qui aurait des caractéristiques et des options à un niveau que le monde n'avait jamais encore vu* ». C'est un pari gagné, la compagnie *Royal Caribbean International* a conçu les deux géants avec un espace à ciel ouvert, des espaces verts, un théâtre en plein air surplombé d'une scène entourée elle-même d'une piscine pour des spectacles aquatiques, un mur

d'escalade, une rue piétonne : le *Boardwalk*. Véritable quartier flottant, c'est un espace unique, comme une rue de cité balnéaire, mais en pleine mer, avec bars, espaces pour enfants et même un authentique manège (Mer et Marine, 2009).

Livré fin septembre 2009, le *Carnival Dream* est le plus gros paquebot jamais construit par le chantier *Fincantieri*, mais aussi le plus gros de la flotte de la compagnie *Carnival Cruise Line* (il possède 20 000 tonnes de plus que son prédécesseur le *Carnival Splendor*). Long de 306 mètres pour une jauge de 130 000 tonnes, le dernier né peut accueillir plus de 4000 passagers et 1367 membres d'équipage. En gardant le principe du « *Fun Ship* », mode vie à bord du bateau inventé par la compagnie, le navire propose un nouveau concept d'animations avec le « *Piazza* », sorte de café bar intérieur/extérieur où est jouée de la musique d'orchestre en live. On y trouve aussi des espaces entièrement dédiés aux familles avec pour la première fois des cabines pouvant accueillir jusqu'à 5 personnes.

Enfin, la mise en service du premier navire du projet « *Freestyle* » ou « *F3* » de la compagnie *Norwegian Cruise Line*, fleuron de la technologie navale, ce nouveau vaisseau se veut savant mélange de technologie, de luxe et de démesure (Mer et Marine, 2010).

Dans la même logique que le projet *Genesis* de la compagnie *Royal Caribbean International*, les dirigeants de la *Norwegian Cruise Line* exploitent, le premier navire d'une série de mastodontes de plus de 150 000 tonnes ; le *Norwegian Epic*, plus gros paquebot jamais construit par le chantier de Saint-Nazaire, a fait son premier voyage en juillet 2010 avec à son bord 4 670 passagers et 1 690 membres d'équipage, rejoignant ainsi le port de Miami pour des circuits de 7 jours alternants croisières à l'Est et à l'ouest de la Caraïbe ; des escales sont prévues à Costa Maya au Mexique, Roatàn aux îles de la baie (Honduras), en ce qui concerne les circuits de l'Ouest caribéen ; Saint-Martin, les îles vierges et les Bahamas sont au programme. Le bateau ne contient pas moins de 14 restaurants et 18 bars et salons, un pont réservé au sport équipé d'un terrain de tennis et d'autres installations sportives permettant de faire des parties de football, de basketball ou encore de volleyball, un mur d'escalade de 10 mètres sera mis à disposition de la clientèle ; toujours dans le registre du divertissement, le navire disposera également de six lignes de bowling (le plus grand nombre embarqué sur un navire).

L'innovation, la qualité et la diversité des produits à bord, liées à une gestion rationnelle des coûts, sont les objectifs principaux des compagnies. Le bateau de croisière fonctionne comme un centre de séjour autonome (Wood 2004, Weaver 2004), conçu comme une bulle touristique

festive construite dans un décor de parc à thème flottant (Dehoorne et al, 2008). Ils garantissent au client un espace exclusif, contrôlé, sous surveillance dans un environnement sécurisé, consacré exclusivement aux touristes et aux employés qui les servent. Le produit « croisière », matérialisé par le paquebot, qui incarne le temple de la consommation, est devenu la destination (Wilkinson 1999, Wood 2000).

Dans ce contexte, la question des relations avec les destinations soulève un dilemme pour les petites îles de la Caraïbe, territoires d'accueil de la croisière.

3.2 Les clientèles transportées : disposition et évolution

Acteurs et pratiques s'expriment dans les lieux, et les touristes comme les entrepreneurs fabriquent des lieux pour répondre les uns à leurs intentionnalités, les autres à celles des populations qui viendront les fréquenter (MIT 2, 2005, 277). Ces derniers sont au cœur de la stratégie de construction du navire qui sera première destination des clients. Les espaces, les installations mises à disposition sont pensés pour le croisiériste, son divertissement, ses loisirs, son hébergement et sa récréation.

L'innovation, la qualité et la diversité des produits à bord, liées à une gestion rationnelle des coûts, sont les objectifs principaux des compagnies. Les compagnies de croisière font construire des navires dont les capacités d'accueil frôlent les 6 000 passagers, dans l'espoir de les rentabiliser en quelques mois. Le bateau de croisière fonctionne comme un centre de séjour autonome (Wood 2004, Weaver 2004), conçu comme une bulle touristique festive construite dans un décor de parc à thème flottant (Dehoorne and al, 2008). Ils garantissent au client un espace exclusif, contrôlé, sous surveillance dans un environnement sécurisé, consacré exclusivement aux touristes et aux employés qui les servent ; et au cœur de l'édifice : la piscine bordée de transats, des espaces ludiques et sportifs avec tous les services et les commerces indispensables et superflus (Dehoorne and al, 2008).

3.2.1 La disposition des clientèles à bord dans un contexte de bulle touristique

Si ces lieux de séjours mobiles correspondent aux concepts de « *tourist bubble* » de Judd (1999, 53), qui le conçoit comme un parc à thèmes, un îlot fortement différencié et séparé du monde urbain environnant où le touriste est placé au centre d'un monde circonscrit ; et de « *resort enclave* » (Freitag 1994). Jackson avance que le navire de croisière est un coffre-fort avec un environnement agréable et large éventail d'activités et de loisirs avant de reprendre l'idée de Weaver (2003 : 270) qui insiste sur le fait que le « *tourist bubble* » est un lieu

spécialement conçu pour les touristes et ceux qui les servent : où les activités sont régulières et suivies de près, ils (les croisiéristes) évoluent dans un microenvironnement familier et sécurisé (Cohen, 1972 : 166).

Il semble important de noter qu'aujourd'hui les navires de croisière s'apparentent davantage à de véritables petites villes flottantes qui sillonnent les mers à travers le monde. Le territoire à de moins en moins d'importance, et les infrastructures du paquebot donnent l'impression aux croisiéristes de se balader dans un lieu conçu, aménagé et animé pour eux, lieu où ils peuvent retrouver, pendant leurs vacances, tous les aspects de la ville auxquels ils sont rattachés au quotidien.

L'urbain est entré dans la conception des navires de croisière à partir de la mise en service du premier des deux géants de la compagnie Royal Caribbean International, *l'Oasis of the Seas*. Ce bateau a véritablement bouleversé le monde de la construction navale et a apporté une autre dimension au concept de « *tourist bubble* ». Il ne s'agit pas là de la ville au sens complexe, organisée avec ses réseaux, mais de la vision que l'on adopte d'un centre-ville, transposé à la croisière et organisé comme un microcosme avec des espaces qui rappelle ceux que l'on retrouve dans certaines grandes métropoles nord-américaines. La piscine n'est plus au cœur de l'édifice, désormais le navire est scindé en deux parties constituées d'une rue piétonne et d'un *Central Park*, comme à New York. Une rue commerçante achalandée de plusieurs boutiques et restaurants et même des galeries d'art.

Enfin, le paquebot adopte ses codes de fonctionnement et impose une hiérarchisation, à la fois interrelationnelle, et intra relationnelle, entre clients et membres d'équipage

Les compagnies qui effectuaient les traversées transatlantiques faisaient une distinction marquée et visible, entre leurs clients. La classification des clientèles leur laissait libre accès à certain espace du navire, ou non. Généralement, quatre classes de navigation étaient repérables, les premières et secondes classes, qui avaient le privilège de voyager sur les ponts supérieurs, la distinction entre les deux tenait au confort des cabines et à leur placement dans la salle de restauration. La troisième classe quant à elle, correspond à une catégorie intermédiaire, qui de façon générale se situait entre les ponts de première classe et l'entre pont. Les croisiéristes de l'entrepont, partie du navire directement au-dessus de la salle des machines, sont la partie du navire qui fait ressentir le plus les remous de l'eau en pleine navigation.

La distinction était essentiellement ascendante, c'est à dire que de la salle des machines au pont du capitaine, les ponts changent, les clientèles et les équipements aussi.

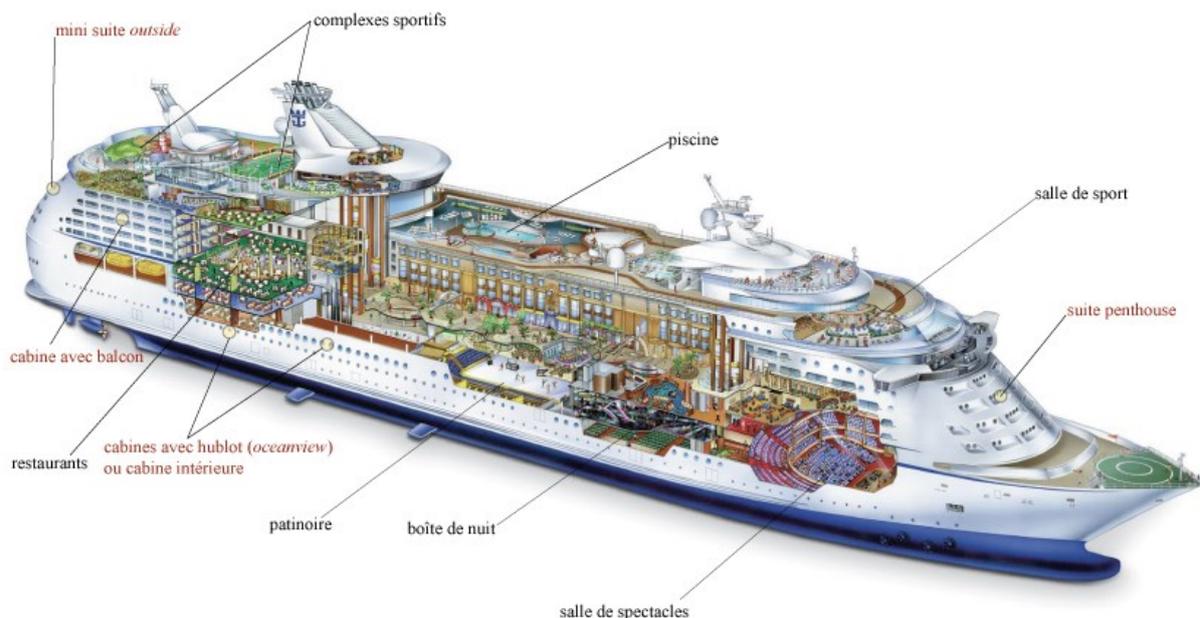
La massification des flux a entraîné une plus grande accessibilité du produit à un plus grand nombre de clients, les compagnies adaptent leurs tarifs afin de répondre dans une plus grande mesure aux différents types de clients à bord. La notion de classe de navigation n'existe plus, les clients payent leur croisière plus ou moins cher selon leur localisation dans le navire, elle s'effectue, de façon à la fois horizontale et verticale et cette position détermine à la fois les prestations disponibles et la qualité des services qui y seront mis à disposition. La vue sur mer permet, de distinguer les catégories de cabines, mais aussi et surtout de voir, mais aussi d'être vu.

- L'horizontalité est l'un des déterminants de la tarification, reflet du statut du client dans le bateau, et signe de ses revenus. Les navires de croisière sont composés, en hauteur, de ponts, environ 13 sur les navires modernes, parfois même 17 sur les megaships tels que *Allure of the Seas* ou le *Norwegian Epic*. La différence à ce niveau se fait selon que l'on se trouve en cabine extérieure ou avec vue. Les cabines intérieures ont des couloirs de part et d'autre et ne bénéficient d'aucune vue sur le dehors.
- La stratification ascendante (cf. Figure 17) vient en complément de la précédente, les cabines avec ouverture sur l'extérieur auront une tarification différente au fur et à mesure de l'ascension vers le pont supérieur, autrefois pont du capitaine. Les ponts inférieurs auront un simple hublot, puis un sabord, une fenêtre, puis un balcon et l'océan. Ainsi nous pouvons distinguer :
 - Les ponts supérieurs : on y trouve les suites *balcony*, les cabines *penthouse* et les *deluxe*.
 - Les ponts intermédiaires correspondent aux cabines mini suite *outside* ou encore à la catégorie *balcony*.
 - Les ponts inférieurs correspondent aux cabines *interior* (sans ouverture) et *oceanview* (avec hublot).

La légende du profil du *Freedom of the Seas* montre la situation des différentes catégories de cabines du navire. A partir des quatre catégories de cabines de la *Carnival Cruise Line* et sur l'exemple du *Carnival Dream* (cf. Figure 18Figure 17), il est possible de démontrer la stratification ascendante par la différenciation des prix en fonction de la situation de la

cabine : les cabines intérieures, les cabines avec vue sur la mer, les cabines avec balcons et les suites.

Figure 17- Profil du *Freedom of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International*

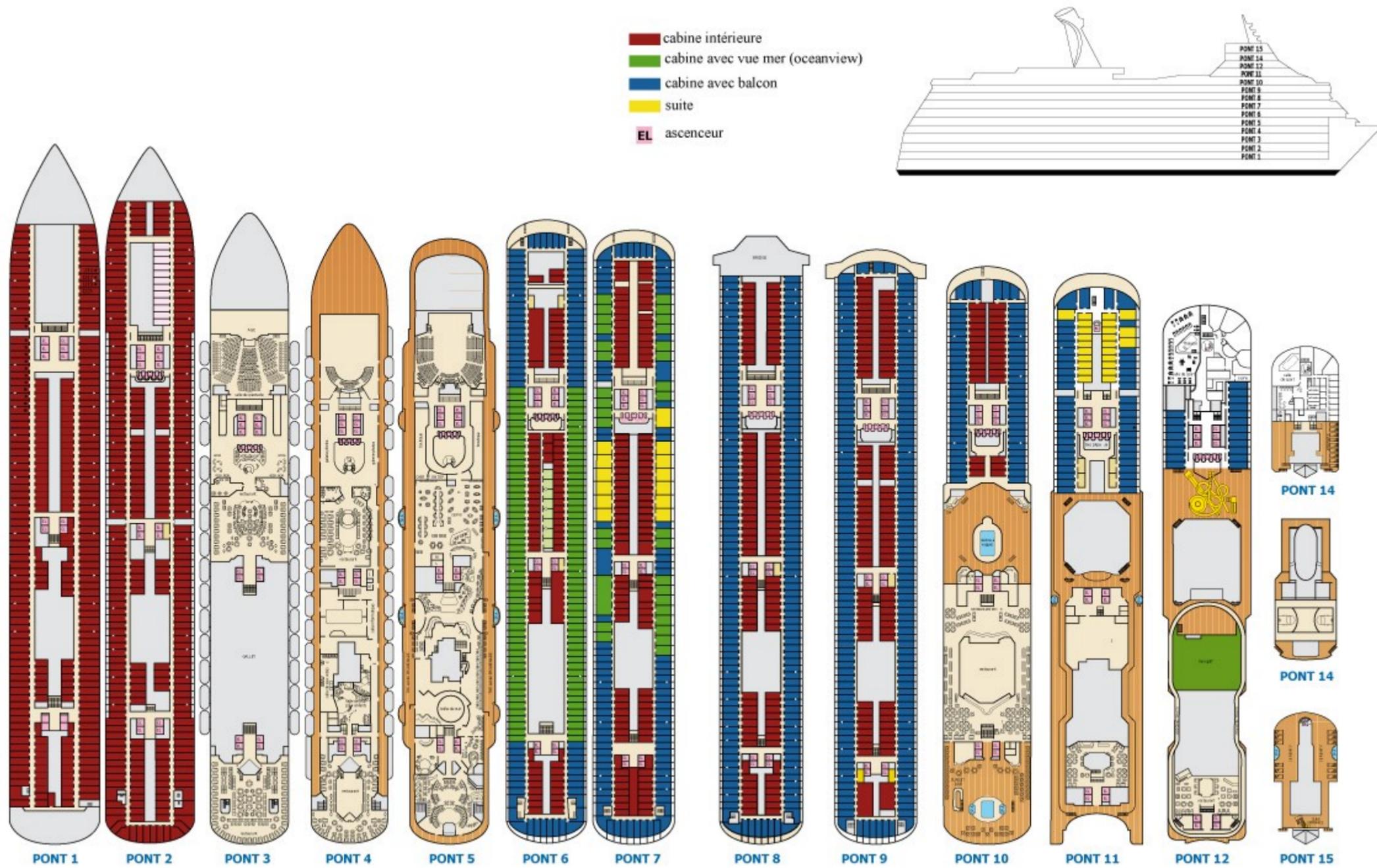


Source : Royal Caribbean International, 2013

Sur la figure ci-dessous, les cabines intérieures correspondent à celles localisées sur les deux premiers ponts réservés à la clientèle. Il s'agit de cabines sans ouverture (en mauve et marron sur l'image) ou avec des hublots fermés. Ces cabines sont généralement tarifées à hauteur de 400 dollars par personne pour une croisière de 8 jours dans la Caraïbe Carnival Cruise Line, 2015). Elles sont séparées des autres cabines par les ponts restaurants et divertissements (boîte de nuit, amphithéâtre, salle de spectacle).

Ensuite, les cabines de type *oceanview*, c'est-à-dire avec vue sur la mer. Ce ne sont plus des hublots, mais des vitres qui permettent de voir la mer, elles sont scellées, les clients ne peuvent pas l'ouvrir. C'est cabine coûtent entre 600 et 700 dollars par personne pour un séjour de 8 jours dans la Caraïbe, et les clients qui y sont hébergés ont le choix du service de restaurant auquel ils veulent se présenter.

Figure 18- Plan de distribution du *Carnival Dream* de la compagnie *Carnival Cruise Line*



Source : Carnival Cruise Line, 2015

Ensuite, les cabines avec balcon sont plus proches des prestations ne faisant pas partie du prix initial, comme les salons de coiffure ou les spas. Ces cabines valent entre 1000 et 1200 dollars par personne pour une croisière de huit jours dans la Caraïbe.

Enfin, les suites privées sont des cabines plus grandes avec un service privatif qui valent entre 1500 et 1700 dollars par personne pour une croisière de huit jours dans la Caraïbe (Carnival Cruise Line, 2015). Dans la réalité, les chambres intérieures représentent la plus grande partie de la capacité d'accueil du navire et les suites ne sont réservées qu'à une poignée de privilégiés (cf. Tableau 9 ; cf. Tableau 10).

Tableau 9- Représentation des différentes catégories de cabines du navire selon la disponibilité générale du navire, sur l'exemple du *Carnival Dream* de la compagnie *Carnival Cruise Line*.

catégorie	Quantité nombre cabines)	(en de	Capacité passagers	Pourcentage du total embarqué	Escompte selon les tarifs de la compagnie (en dollar)
Intérieure	587		1174	35	506 646
Oceanview — Hublots	336		672	20	382 368
Oceanview — Fenêtre	285		570	17	324 330
Balcon	405		810	24	558 090
Suites	70		140	4	145 460

Source : site Internet de la compagnie Carnival Cruise Line

En appliquant cette tarification, la compagnie se fait autant de bénéfice avec les cabines avec balcon qu'avec les cabines intérieures qui sont une fois et demie plus nombreuses. Enfin, au total sur l'ensemble de cette croisière, la compagnie enregistre une recette de près de 2 millions de dollars en vente de billets uniquement.

Tableau 10— Représentation des différentes catégories de cabines du navire selon la disponibilité générale du navire, sur l'exemple de l'*Oasis of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International*.

catégorie	Quantité nombre cabines)	(en de	Capacité passagers	Pourcentage du total embarqué	Escompte selon les tarifs de la compagnie (en dollar)
Intérieure	595		1190	20	991 270
Oceanview	78		156	3	153 816
Balcon Oceanview	1682		3364	57	4 376 564
Balcon vue intérieure	468		936	16	981 864

Suites	105	210	4	419 580
--------	-----	-----	---	---------

Source : site Internet de la compagnie Royal Caribbean International

La nouvelle génération de *megaships* a été conçue de sorte que tous les clients possèdent un balcon. L'effet ruche (cf. Photographie 2) en comparaison aux auréoles parallèles des essaims d'abeilles, désigne le fait que pratiquement toutes les cabines possèdent désormais un balcon. Seulement, là encore la vue sur mer est déterminante dans le prix et donc dans la sélection de la clientèle. Sur l'*Oasis of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean Cruise Line*, les cabines sont disposées de la sorte. Il y a quatre catégories de cabines comme dans l'exemple précédent, les cabines intérieures, les cabines avec vue sur la mer, les cabines avec balcons et les suites, seulement c'est leur nombre et leur disposition qui créent la différence.

Dans cette configuration les suites représentent toujours 4 % des catégories de cabines, cependant, une deux nouvelles dispositions sont mises en service, les cabines balcon intérieur et les cabines balcon *oceanview*. En réalité il s'agit d'une question d'orientation, la cabine balcon intérieur, sont en fait des cabines qui possèdent un balcon orienté vers l'intérieur du navire, contrairement aux cabines balcon *oceanview* qui donnent sur la mer. L'ajout d'un balcon dans la prestation finale augmente la sensation de privilège et justifie la distinction entre les compagnies qui offrent pour un même tarif, des cabines avec balcon que sans.

Enfin, le plus gros des bénéficiaires des ventes de billets se fait avec ce genre de cabine, les compagnies, telles que *Nowegian Cruise Line* avec le *Norwegian Epic*, le *Breakaway* ou le *Getaway*, la *Royal Caribbean International* avec l'*Oasis* et l'*Allure of the Seas* et plus récemment l'*Anthem of the Seas*, misent sur ce nouveau prestige de cabine pour augmenter leurs tarifs.

Photographie 2- Disposition en « effet ruche » des navires de la gamme *Oasis* de la compagnie *Royal Caribbean International*



Vue d'ensemble du Central Park de l'Harmony of the Seas, février 2015



vue sur le Central park à partir d'une suite à bord de l'Allure of the Seas, décembre 2010.

Dans cette vue aérienne des navires Freedom of the Seas (à droite) et de l'Oasis of the Seas (à gauche) de la compagnie Royal Caribbean International, l'ouverture qui scinde le bateau en deux est visible. Cette photo témoigne de la comparaison entre l'ancienne et la nouvelle génération de navires mis en service.

L'Oasis of the Seas et le Freedom of the Seas dans le terminal de croisière de Cozumel au Mexique, juin 2014.



Source : Facebook de la compagnie Royal Caribbean International, 2010

3.2.2 D'une clientèle monolithique à la définition de niche

En nous appuyant sur ce qui a été décrit précédemment, nous pouvons dire qu'il y a autant de types de croisiéristes qu'il y a de compagnies de croisière. Miller (2006) a établi une classification des segments de marché. Il en distingue cinq types : les compagnies de croisière de niche, les compagnies de croisière de luxe, les compagnies premium, les *resort/contemporary* et les croisières de valeur. La CLIA (2000) quant à elle divise l'industrie en sept secteurs de marché : *budget, contemporary, premium, luxury cruise, luxury sailing, exploration/soft adventure*. Pour simplifier les aspects nous retiendrons ici quatre segments qui caractérisent les compagnies et les clientèles qu'elles transportent : la croisière de luxe (voir de grand luxe), les croisières premium, c'est-à-dire en deçà de la tarification de grand luxe, mais bien au-delà des croisières de masse, les compagnies de niche. Notons que certaines compagnies peuvent à la fois être de masse et octroyer des navires pour la croisière de niche, de facto, certaines compagnies peuvent des compagnies de niche et offrir des croisières de luxe. Nous avons pu faire une distinction des différentes catégories de clientèles à partir d'une étude menée sur la saison 2009/2010 auprès d'un groupement de croisiéristes. Les données recueillies ont permis les résultats suivants :

- Les compagnies qui proposent des croisières de luxe, telles que *Crystal Cruise Line, Cunard, Seven Seas, Seabourn* et *Windstar*, ont des unités de navigation réduite de taille réduite, pouvant en général accueillir une centaine de passagers, et beaucoup moins de 2000 pour la compagnie *Cunard* (cf. Tableau 11). Le prix moyen d'une croisière de ces croisières de 10 jours dans la Caraïbe est de 3 400 \$ par personne pour une cabine simple et de 12 664 \$ par personne pour une suite. Ce type de croisière attire une clientèle plus âgée, de type retraité, généralement en couple avec des revenus supérieurs aux moyennes américaines, de l'ordre de 40 000 \$ par an et par personne du foyer (FCCA, 2010).

Tableau 11— Les unités navigantes des compagnies de croisière de luxe

Compagnies	Unités navigantes		Capacité d'accueil
Cristal Cruise Line	1	Crystal Serenity	1070
	2	Crystal Symphony	922

Cunard	1	Queen Mary 2	2620
	2	Queen Elisabeth	2092
	3	Queen Victoria	2014
Seven Regent Seas	1	Seven Explorer	738
	2	Seven Mariner	700
	3	Seven Voyager	700
	4	Seven Navigator	490
Seabourn	1	Quest	450
	2	Odyssey	450
	3	Sojourn	450
Windstar	1	Star Pride	208
	2	Star Legend	208

Source : sites Internet des compagnies de croisière, 2012

- Les croisières dites de masse, des compagnies *Carnival Cruise Line*, *Royal Caribbean International* et *Costa Croisière*, sont davantage accessibles, avec des tarifs de l'ordre de 450/500 \$ par personne pour une croisière de 8 jours dans la Caraïbe. L'accessibilité des tarifs et la taille des navires en services induisent une plus grande ouverture dans l'accueil des clientèles. Il s'agit essentiellement de familles avec enfant (s) ayant des revenus modestes en deçà des moyennes américaines, de l'ordre de 40 000 \$ par foyer. L'âge moyen des croisiéristes est de 45 ans environ.
- Les croisières Premium, des compagnies *MSC*, *Princess Cruise Line*, *Celebrity Cruise Line* et *Holland America* sont de l'ordre de 750/800 \$ par personne pour une croisière de 8 jours dans la Caraïbe. La tranche d'âge de ces croisiéristes est comprise entre 45 et 50 ans, et voyage avec des enfants adultes et/ou post adolescents.
- Enfin, les croisières de niche, ce sont des circuits qui se focalisent non plus sur le sexe ou l'âge des individus, mais sur leurs particularités, l'homosexualité par exemple. Certaines compagnies offrent des croisières exceptionnelles pour des types bien précis de croisiéristes. Nous retenons ici les croisières cougars, du *Carnival Elation* de la compagnie *Carnival Cruise Line* ; qui a permis à une centaine de femmes d'une cinquantaine d'années de partager une croisière de trois jours aux Bahamas avec de

jeunes hommes d'une vingtaine. Malgré le franc succès de cette croisière, la compagnie a choisi d'arrêter le service parce que nuisible à son image (le monde, 2010). Autrement, la compagnie *Royal Caribbean International*, met au service du club *Atlantis*, réservé aux gays et lesbiennes des Etats-Unis, l'*Independance of the Seas* pour des croisières de 7 jours dans la Caraïbe. Ces croisières d'une valeur d'environ 2 000 \$ par personne en cabine simple sont exclusivement réservées à cette seule catégorie de clients (cf. Figure 19).

Figure 19- Capture d'image du site Atlantis au sujet de croisière dans la Caraïbe

All-Gay Cruises
Rome to Istanbul Cruise August 14 - 24, 2015 (Sold Out)
LA to Mexico Halloween Cruise October 25 - November 1, 2015
Navigator Caribbean Cruise January 23 - 31, 2016
Southern Caribbean Cruise March 12 - 19, 2016
All-Gay Resorts
Club Atlantis Vallarta November 1 - 8, 2015
Club Atlantis Cancun April 30 - May 7, 2016



The Whole Ship is Ours!

First, we charter the newest ships from the very best cruise lines in the world and take over the entire ship. This allows us to customize every facet of the experience — entertainment, itinerary, shore excursions — to create a one-of-a-kind vacation tailored specifically to our incredibly diverse group of gay and lesbian guests from around the world. Our cruises aren't just about relaxation and fun. They're about newness, romance, and fresh perspective. They're about exploration and adventure, about escaping normalcy by acting spontaneously — going places you never thought you would go and doing things you never thought you could do. They're about waking up next to your long-time partner or short-term fling and realizing, together, that you've woken up in a different and wonderful port. Mostly, though, our cruises are about having the time of your life with like-minded friends, new and old.

This is the way we play.



Start With the Best Ships in the World

When you embark on an Atlantis cruise, you're not just boarding a big ship — you're boarding a feat of nautical engineering. We charter only the newest, state-of-the-art ships from the fleets of industry-leading cruise lines such as Royal Caribbean, Celebrity, Azamara, and Holland America. Cast aside any notions of claustrophobia — these ships might span the length of three football fields and tower up to eighteen stories above the water. So, whether you're lounging beside a pristine pool, curling up with a book in a cozy cafe, or setting off on a quiet sunset stroll along the expansive decks, it's always easy to get lost at sea.

Source : Atlantis, 2015

Ainsi, chacune des compagnies de croisière qui proposent des circuits, que ce soit dans la Caraïbe ou ailleurs, s'adresse avant tout à une catégorie de clients. Les plus fortunés pour les compagnies qui proposent des croisières de luxe, à celles qui proposent des circuits aux tarifs plus abordables pour y faciliter l'accès. Même si les destinations sont les mêmes, les bateaux n'accostent pas aux mêmes terminaux qu'il s'agisse d'une croisière de luxe à bord d'un des navires de la compagnie *Crystal Cruise Line* ou d'une croisière à bord de la *Royal Caribbean*

International. Dans le premier cas, les navires accostent au terminal de croisière de Montego Bay, alors que les secondes arriveront à Falmouth ou à Ocho Rios.

Ainsi, ce n'est pas la destination qui fait le croisiériste, son choix ne se pose pas d'abord sur une île, mais sur le bateau qui va l'y transporter. Les compagnies offrent ainsi des circuits en fonction des clientèles qu'elles visent et les équipements du navire sont interprétés comme des signes de richesse qui permettent d'établir les modes de consommation des clients.

Figure 20- Capture d'image du site Internet de la compagnie Royal Caribbean International, mais 2015.

Croisière dans les Caraïbes

Des Bahamas aux Antilles françaises, en passant par le Mexique, la Jamaïque, la République Dominicaine, ou encore la multitude d'îles dans lesquelles nous avons des ports d'escales, une croisière dans les Caraïbes vous garantira dépaysement, soleil et découvertes sous un climat idéal.



[voir les croisières](#) >



[voir les croisières](#) >



[voir les croisières](#) >



[voir les croisières](#) >



[voir les croisières](#) >



[voir les croisières](#) >

Source : Royal Caribbean International, 2015

Dans le cadre d'un tourisme de croisière dans la Caraïbe, sécurité, confort et consommation sont liés et se reconnaissent dans tous les établissements touristiques. L'originalité du site d'accueil devient tellement secondaire dans la vente des destinations : les plages semblent toutes identiques, toutes les destinations tropicales sont présentées de façon semblable le ciel bleu et la plage d'un bleu cristal sont les principaux interprètes des images qui projetées (cf.

Figure 20), les produits suivent un processus de fabrication, une logique de contrôle absolu (Ritzer 2004). Cet ensemble a un effet sur la tarification du produit touristique, mais aussi, et de ce fait sur l'homogénéisation des choix de consommation.

3.2.3 *Le profil des croisiéristes en question*

Les premières clientèles de croisière étaient composées des retraités de la côte floridienne des Etats-Unis ; la croisière se présentait comme une variante de leurs vacances habituelles, privilégiée par la proximité des ports de la Floride qui se développent davantage en ce sens, à la fin des années 1980.

La CLIA a procédé à l'établissement d'un profil des croisiéristes, selon l'association, depuis l'avènement du secteur dans les années 1990, la clientèle a évolué et toutes les couches sociales y sont représentées. Le primo croisiériste, celui qui effectue une croisière pour la première fois, est plus jeune qu'avant, en 1995 on enregistrait une moyenne d'âge de 65 ans, en 2013 elle était de 48 ans (CLIA, 2010 ; FCCA 2013) (cf. Tableau 12).

Tableau 12- Tableau des caractéristiques démographiques des croisiéristes en 2013.

Caractéristiques démographiques	Données (en %)
Situation familiale	
Marié	79
Célibataire	21
Genre	
Femme	50
Homme	50
Age moyen	48
Retraités	20
Revenu moyen du ménage	71

Source : FCCA, 2013

Cette même analyse montre que les premiers consommateurs de croisière sont les baby-boomers, ce sont des personnes nées, ayant grandi et développé leurs fonctions dans les entreprises au cours de l'après Seconde Guerre mondiale (Dowling 2005) ; les acteurs d'une croissance démographique exceptionnelle qui s'étend de 1945 à 1965 (Wikipedia).

A partir d'un bureau d'études américain, spécialisé dans la statistique, le BRECA, la Florida Caribbean Cruise Association émet chaque année des données relatives au tourisme de croisière dans la Caraïbe, des flux de croisiéristes aux données concernant leurs caractères sociaux. Ces données sont alors publiées à la fin de la saison et nous permettent d'apprendre

par exemple qu'en 2013 plus d'un tiers des croisiéristes ont entre 35 et 54 ans, 76 % d'entre eux sont mariés, 44 % font partie d'une même promotion, et seulement 20 % sont des retraités (cf. tableau - -). Les familles aussi sont un secteur d'exploitation important, puisque 16 % des croisiéristes voyagent avec un enfant de moins de 18 ans (FCCA, 2013).

L'activité évoluant, les compagnies se sont spécialisées et ont programmé des changements afin de répondre aux attentes d'une clientèle aussi diverse que variée. Rob McLeod, vice-président de la *Royal Caribbean Cruise International* indique que c'est le changement de comportements des populations qui induit l'évolution des navires dans leur conception (in Dickinson, 2009 :34). Dans ce cas, ils sont aujourd'hui le reflet de masse diversifiée, plus que dans les années 1970, 1980, et qu'ils transportent des populations représentant d'un plus large panel de la société : dis-moi quelle est ta compagnie je te dirai quel croisiériste tu es. Les compagnies de croisière cherchent davantage à se donner une image qui les ramènera à fidéliser leur clientèle. Par exemple,

Aux caractéristiques générales attribuées aux croisiéristes peuvent s'ajouter des caractéristiques plus appréciables, et ce à plusieurs niveaux ; le sexe (homme, femme), l'âge (plus de 25 ans, plus de 50 ans), les revenus, la situation familiale (marié célibataire, avec ou sans enfant) et plus encore aujourd'hui l'orientation sexuelle (hétérosexuel, gays, lesbiennes, cougars).

3.2 Identification du personnel à bord

Les données relatives à l'effectif, l'origine et aux contrats des employés des navires de croisière sont strictement privées et sont réservées aux services compétents des compagnies de croisière. Une estimation peut être faite, mais son établissement a de complexe que dans certains services du navire, les employés sont dans plusieurs services et sous plusieurs casquettes. Dans la restauration par exemple, un même employé peut être de service de restauration le midi, et tenir le bar jusqu'à l'ouverture des restaurants le soir. Lors de notre expérience de décembre 2014, nous avons eu l'occasion de confirmer qu'un même membre d'équipage peut être serveur du matin au petit déjeuner jusqu'au deuxième service de restauration le soir, après 22 heures.

Cependant, beaucoup de travaux traitent des conditions de travail et du bien-être dans le milieu professionnel, mais très peu sont spécifiques aux employés des navires de croisière (Anderson, 2000). Être employé sur un navire de croisière donne l'opportunité de visiter les plus beaux endroits au monde (Bow, 2002). Seulement les longues journées de travail (d'une durée moyenne de 18 heures (source : enquête personnelle de l'auteur *Costa Fantastica*, décembre 2014), les semaines sans jour de repos, le salaire dérisoire sont autant d'aspects qui peuvent décourager certains prétendants aux postes (Anderson, 2000). Selon les spécialistes du magazine en ligne Références, les salaires appliqués dans les navires de croisière sont conventionnés en fonction des salaires du pays d'origine du salarié. C'est-à-dire qu'un salarié philippin par exemple aura un salaire d'environ 206 dollars, ce qui correspond au salaire moyen appliqué aux Philippines (Banque mondiale, 2012).

Il est courant de compter sur un rapport d'un employé pour 3 croisiéristes (Wood, 2000) et ceci se vérifie aussi bien sur les anciennes unités telles que le *Coral Princess* de la compagnie *Princess Cruise Line* et mis en service en 2003 (2580 passagers pour 900 membres d'équipage) que pour des unités plus récentes telles que le *MSC Preziosa* de la compagnie *Msc Cruise Line* (3502 passagers pour 1313 membres d'équipage). Ce sont de véritables hôtels flottants, *floating resorts* (Wood, 2000), et doivent être considérés comme tels. Selon, lui, deux structures dirigent et organisent l'ensemble : (i) le corps responsable ; le capitaine, ses officiers et les techniciens et (ii) le personnel d'une structure hôtelière hiérarchisé et divisé selon les services de restauration, de cuisine, de service, de nettoyage, de divertissement.

Gibson (2006) quant à lui, considère qu'il a plusieurs départements dans un navire de croisière, une division en secteur d'activité, hormis ceux consacrés à l'ingénierie, à la salle

des machines et aux activités de loisirs, il indique que le département le plus important est celui de l'hôtellerie, tant il comprend un large éventail d'employés. De son côté, Bow (2002) ne retient pas seulement les corps de métier liés à l'hébergement, pour elle, c'est une section qui comprend également, les services, les chefs de cabines et de restauration, les garçons de cabine, les vendeurs dans les magasins de souvenirs, les photographes, les employés des spas (cf. Photographie 3)

Quoi qu'il en soit, les navires de croisière concentrent plusieurs corps de métier, environ 160 postes différents pour à peine un millier d'employés (Wood, 2000).

Photographie 3- Les membres d'équipage du MSC Divina



Source : cruisehive.com, 2015

Anderson (2000) dans son analyse sur les facteurs influant les motivations et l'environnement des employés des navires de croisière, aborde la question des conditions de travail et détermine un profil de ces employés.

Il en ressort que les employés d'un navire de croisière sont originaires de pays en voie de développement (Europe de l'Est, Asie, Caraïbe) et de pays développés comme l'Australie, la Grande-Bretagne et l'Italie (Anderson, 2000). Cette différence d'origine est stratifiée au sein du navire, une réinterprétation de la notion col blanc col bleu associé à la dominance des pays

développés face aux territoires moins développés, les pays du Nord dirigent, les pays du sud obéissent. Wood (2000) considère que la stratification des employés conduit à les distinguer en trois catégories, les officiers d'origines norvégienne et italienne, le *staff* d'Europe de l'Ouest ou d'Amérique du Nord (membre d'équipage) et le *crew* souvent des Asiatiques, des Caribéens ou des Européens de l'est (service des machines). En d'autres termes, plus le pays d'origine de l'employé est développé, intégré dans le système capitaliste, plus son pouvoir de décision au sein du navire sera grand. Le recrutement se fait sur Internet à partir du site *cruise ship jobs*, les compagnies de croisière déposent leurs propositions d'embauche et les personnes intéressées peuvent postuler pour les circuits en préparation. Il ne s'agit là que du recrutement du personnel de service, ou d'animation, le capitaine, son second sont recrutés auprès des services militaires de leur pays d'origine, les chefs de cabine par exemple sont quant à eux recrutés auprès des grandes écoles hôtelières suisses, néerlandaises ou nord-américaines.

A l'instar des études précédemment menées, nous avons pu analyser l'organisation du personnel à partir d'observation et d'interviews lors de croisières effectuées en février et mars 2009. Nous avons pu noter que les emplois de services, dans les différents domaines de la restauration, de l'hébergement ou encore de l'entretien, sont occupés par des employés originaires des Philippines, de la Malaisie et du Cambodge (en restauration), le personnel en salle quant à lui était d'origine caribéenne, de Roatan pour la plupart, mais aussi de la côte Est du Panama et du Costa Rica. Pour conserver l'aspect folklorique et l'authenticité de la navigation dans les eaux caribéennes, ce sont souvent des Caribéens (jamaïcains, haïtiens) qui sont chargés de l'animation à bord, de la confection de cocktails typiques des îles environnantes. Les spectacles de style cabaret ou opéra, comme il y en a toujours dans les bateaux de croisière, sont quant à eux organisés par des artistes des pays de l'Est.

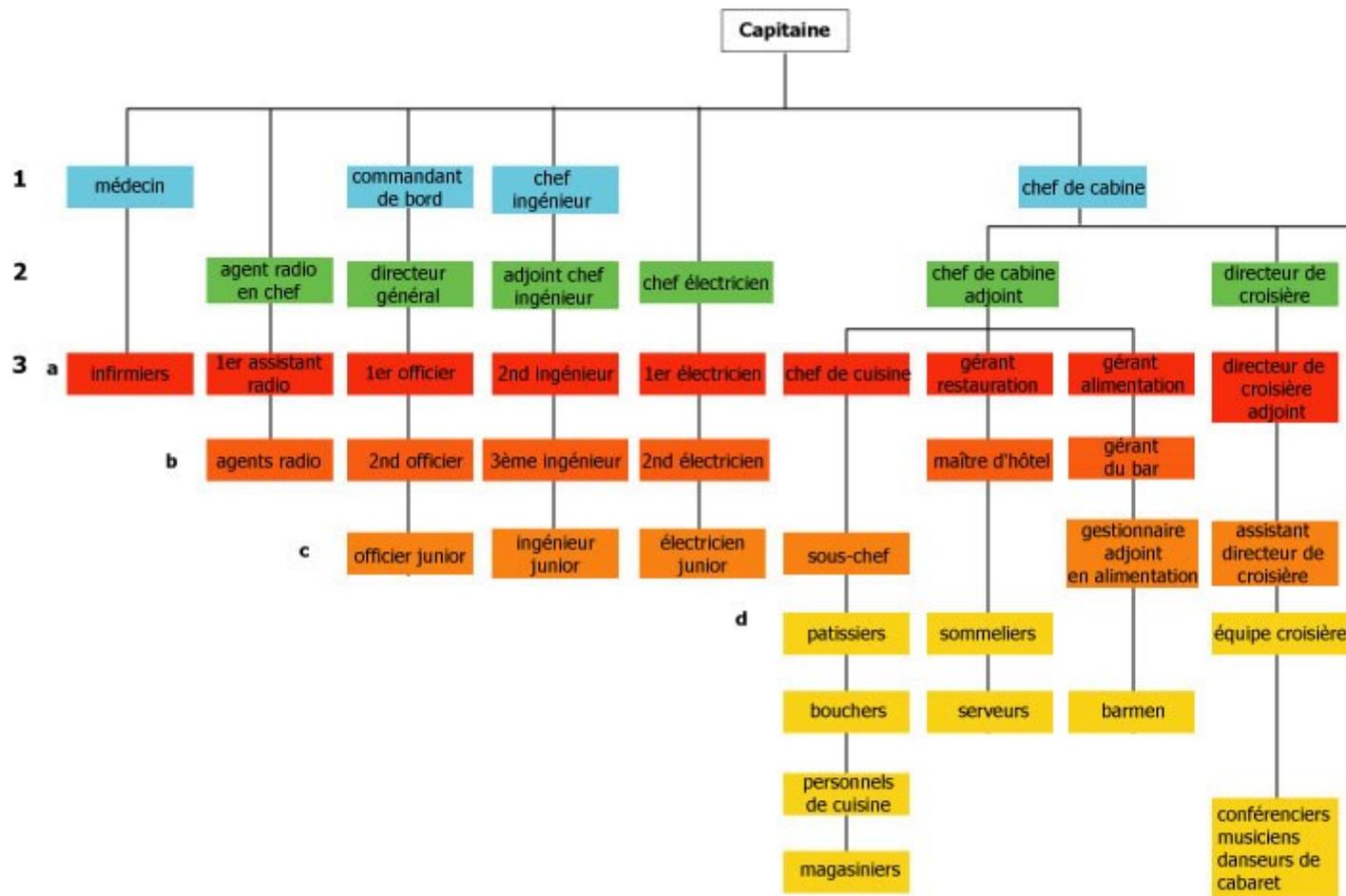
Les postes de direction, responsabilité des différents services sont quant à eux occupés par des européens, on observe que, de façon générale, les capitaines sont pour la plupart italiens, anglais ou encore allemands, les chefs de salle et de services sont français.

A partir de nos observations et du schéma hiérarchique des emplois dans un navire de croisière (Ward, 2009 : 145), nous classons six niveaux d'emplois hormis celui du capitaine, distingué non seulement par leur rapport à la clientèle, mais aussi à l'importance du pouvoir décisionnel qui leur est accordé.

Le capitaine est seul maître à bord (cf. Figure 21), il jouit d'une toute-puissance, à la tête de la pyramide aucun de ces ordres ne doit être contesté. Le naufrage du Costa Concordia, à

proximité de l'île de Giglio au large de la Toscane le 13 janvier 2012, nous a montré les limites de cette suprématie. Le capitaine a visiblement choisi de quitter l'itinéraire prédéfini par les appareils de bord pour se rapprocher de la petite île de Giglio. L'erreur du capitaine, Francesco Schettino, pourtant évidente pour le reste du personnel, mais non contestée, a conduit le navire au naufrage mettant en danger la vie des quelques 3206 passagers et 1023 membres d'équipage (cruisecritics, 2012).

Figure 21- La hiérarchisation du personnel de bord d'un navire de croisière



Source : Wilkinson, 2005

Le capitaine donne des ordres directs à (i) quatre chefs, qui dirigent quatre départements bien distincts du navire : le médecin en chef (secteur médical), le chef du personnel de cabine (en charge du corps des officiers), l'ingénieur en chef (dirige les ingénieurs et les électriciens) et le chef de cabine principal. Se succèdent ensuite (ii) huit sous-chefs/sous-directeurs (iii) les

premières classes (iv) les secondes classes (v) les classes juniors et (vi) les subalternes (Wilkinson, 2005). Le nombre de personnes affecté à chaque service est extrêmement variable dans la mesure où il dépend, comme l'établissement du salaire, du pavillon sous lequel le navire bat pavillon de complaisance. Alors, des règles de sécurité internationales imposent un certain nombre de personnes à bord, en fonction des services, de la taille du navire et du nombre de personnes transportés. Mais il n'y a aucune exactitude sur le nombre de personnes devant constituer un service.

Si la liberté de pavillon a pu déboucher sur l'émergence de nouvelles flottes, à l'instar de celle du Luxembourg, pays sans côte et sans marin, certains états sans armateurs ni flotte conséquente se sont transformés, avec la libéralisation de l'immatriculation en véritables pourvoyeurs de main d'œuvre maritime à l'image des Philippines. L'internationalisation du travail maritime a donné un rôle non négligeable aux sociétés de prêts de main d'œuvre (*Manning*) qui recrutent des matelots pour les mettre à la disposition des armateurs.

Le Titre V de la Convention maritime internationale vise à encadrer l'activité de ces fournisseurs de main d'œuvre. Tout État doit veiller à l'application des prescriptions de la convention relatives au recrutement, au placement et à la protection en matière de sécurité sociale des gens de mer établis sur son territoire. Il doit mettre en place un système efficace d'inspection et de surveillance pour s'acquitter de ses responsabilités en tant que fournisseur de main-d'œuvre. Il s'agit d'un texte de droit communautaire français et les pays sous lesquels battent pavillon les navires de croisière dans la Caraïbe, ne sont pas signataire de ce décret (Panama, Bahamas). La tendance tient plus au maintien des dispositifs en application du règlement du pavillon de complaisance.

Conclusion

Les compagnies de croisière se sont adaptées au marché et particulièrement au phénomène de massification naissant à partir des années 1990.

Des quelques compagnies occupaient le marché à la fin des années 1980, nous retrouvons aujourd'hui des entreprises constituées en filiale qui opèrent dans le secteur de la croisière, et qui tendent dans une commune mesure à étendre leur zone d'activité aux différents bassins qu'elles auront fait le choix d'élire.

Le phénomène de massification a conduit les compagnies de croisière à communiquer de façon différente que celle qui était en vigueur au début de l'activité. En effet, l'agencement des clients à l'intérieur du bateau ne se fait plus sous forme de classe de navigation, qui séparait les clients selon leur classe sociale, mais en terme de stratification où l'accès à la mer fait office d'arbitre quant à la différenciation par le prix.

Ainsi, si les compagnies de croisière ont du adapter leurs navires aux clientèles qu'elles transportent, les ports-base d'où débutent les croisières et les ports d'escale, où comme son nom l'indique, elles y effectuent leurs escales, ont du se plier à la même règle pour faire face à la fois au flux croissant de clientèles transportées, mais aussi à la taille des navires de croisière.

Conclusion de la partie I

Le développement de l'activité de croisière dans la Caraïbe fait suite à celle des Transatlantiques au début du XIX^e siècle. La croisière était essentiellement marquée par ces voyages entre l'Europe et l'Amérique du Nord parce qu'ils ont vu naître les plus beaux fleurons de la navigation jusqu'au développement du transport aérien et au report de l'activité sur le bassin caribéen.

L'histoire nous parle peu des premiers bassins régionaux de la Méditerranée ou de la Baltique, alors qu'ils se sont pratiquement développés de façon simultanée. Cela est certainement dû à la faible clientèle, peu diversifiée, mais aussi au peu de technologie dont bénéficiaient les navires opérants dans ces espaces. Le développement des croisières dans le monde est l'apanage des premiers bassins régionaux européens et des traversées transatlantiques entre l'Europe et l'Amérique du Nord. Deux clients se croisent pour ces voyages intercontinentaux, les premiers : touristes, élites des sociétés européennes et américaines, désireuses de découvrir les contrées de part et d'autre de l'Atlantique. Les autres, immigrés, fuyant la famine en Europe, et surtout désireux de goûter à ce Nouveau Monde, longtemps imaginé et largement diffusé. L'accroissement de l'activité et l'expansion du marché à d'autres territoires vont faire naître une nouvelle façon de voyager ; celle mener par la compétition pour l'obtention du Ruban bleu.

La taille des bateaux va changer, et la course au Ruban bleu induit une première forme de gigantisme, né de la compétitivité entre les compagnies allemandes et britanniques. La Première, puis Seconde Guerre mondiale ont sonné le glas des croisières transatlantiques. Elles ont mis un frein à l'activité et pousser les compagnies européennes, détentrice des navires, a réorienté leurs navires pour le transport des troupes américaines vers l'Europe.

Les années 1970 annoncent « l'ère du gros porteur » notamment avec l'arrivée du Boeing et l'ouverture des vols charters vers les destinations lointaines (MIT 1, 2002, 208). Ces années correspondent à la fois à l'accessibilité des lieux touristiques et à leur ouverture. Les moyens de transport renforcent l'accès aux lieux touristiques et complètent le désir grandissant des compagnies de croisière de diversifier leur clientèle. Les transports aériens sont complémentaires avec cette évolution du bassin caribéen dans sa diversification et l'évolution du tourisme de croisière dans la région. Ils rendent désormais accessibles les ports floridiens, pour la plupart, aux clientèles des grandes métropoles étatsuniennes et viennent suppléer le transport ferroviaire diminuant le temps de transport, mais pas les distances.

Trop souvent présentés comme éléments nécessaires et suffisants à la mise en tourisme des lieux, les moyens de transport ne sont en réalité que des indicateurs d'une étape précise : le développement plus intensif du tourisme ou le renouvellement de leur fréquentation (MIT 1, 2002, 208).

Quoi qu'il en soit l'ouverture du marché à partir des compagnies désormais nord-américaines a fait naître un tourisme de croisière dans la Caraïbe à partir des années 1970, qui a connu deux phases importantes de son développement : la première dans les années 1990 et la seconde dans les années 2000.

Les années 1990 correspondent à une phase de massification de la croisière dans la Caraïbe ; toutes les destinations sont désormais concernées et accueillent les navires de compagnies qui sont en pleine phase de renouvellement de leur flotte. Cette massification de l'activité va changer les politiques touristiques de certaines destinations et voir arriver au terme de la décennie le basculement d'une activité de tourisme de séjour vers le développement de cette activité croisière. Les compagnies désireuses d'accroître le marché augmentent la taille de leurs navires qui deviennent alors des *megaships*, capables de transporter plus de 3000 passagers, 6000 pour les plus gros.

Ces dernières unités, de plus en plus autonomes, offrant davantage à une clientèle de plus en plus vorace, s'imposent face à ces petites îles toujours plus alertées par le confort de ces nouveaux touristes d'un jour. La question se pose, tant le regard est tourné vers ces mégas structures, mais il viendra le moment où seront posés les limites du développement de ces navires, ou encore lorsque les petites destinations caribéennes ne seront plus en mesure de faire face à ces arrivées massives.

Les compagnies américaines, qui contrôlent le marché mondial de la croisière, maîtrisent l'essentiel du produit, de la construction du navire aux clientèles transportées, en passant par la logique des aménagements à bord. Les clientèles monolithiques à expliquer du siècle dernier ont laissé place à des consommateurs d'un autre genre qui s'établissent sur l'ensemble des rivages mondiaux.

Le changement des navires opérés dans les navires ne vient pas dans un souci de diversification des compagnies de croisière, mais pour cacher la triste monotonie et la fadeur sans cesse grandissante visible dans les paquebots d'aujourd'hui.

Partie - II - Les territoires de la croisière

Les circuits de croisière s'organisent autour des compagnies de croisière qui affectent leurs navires sur des escales à partir d'un port de départ. Charge ensuite aux territoires d'accueil d'organiser des excursions en fonction des flux de passagers.

Cette seconde partie s'attache à définir et à qualifier les infrastructures et les territoires qui complètent les circuits de croisière.

D'abord, une étude basée sur l'observation et les données quantitatives, d'abord des ports-base, ensuite des ports d'escale permet de pouvoir émettre une typologie de ces infrastructures d'accueil. En effet, dans le cas des ports-base par exemple, il s'agit de prendre en compte le nombre de navires basés, ou encore les circuits organisés sur une saison sur l'ensemble des ports-base desservant la Caraïbe et d'en faire une classification. Une démarche similaire a été adoptée pour les ports d'escale, cette fois en fonction du nombre d'escales organisées, mais aussi et surtout sur la construction et l'aménagement du lieu, son rapport au territoire et sa dépendance à la compagnie de croisière.

Toutes ces données nous permettent d'établir une classification, une typologie des escales de croisière selon leur plus ou moins grande ouverture au territoire. Enfin, les excursions sont aussi soumises à cette typologie dans leur nombre et par rapport aux thématiques qui sont abordées.

Chapitre 4 - Les ports-base à l'échelle de la Caraïbe

La Caraïbe, la mer noire, la Méditerranée, l'Alaska, la Baltique ou encore la Polynésie sont autant de bassins où se développe le tourisme de croisière. De la croisière ensoleillée sous les latitudes tropicales de la Caraïbe, s'est développée une croisière plus typique à travers les glaciers de l'Alaska ou de l'Europe du Nord. Toutes ces destinations naissantes sont autant d'espaces à réorganiser et à modeler pour y développer l'activité de croisière

Le port-base est le port où sont basés les navires de croisière. Il s'agit d'un lieu aménagé pour préparer les navires de croisière lors de leurs départs en circuit de croisière. Il ne s'agit pas seulement de préparer les paquebots, mais il est aussi important d'accueillir les clients et de les acheminer vers les ports d'embarcation.

Le port-base est l'un des premiers points de contrôle de l'activité de croisière, et il doit s'insérer de façon stratégique dans son environnement économique et dans son ensemble géographique, pour offrir un service efficient à la clientèle et aux compagnies de croisière.

L'objectif de ce chapitre est d'identifier les ports-base dédiés à la croisière afin de les différencier selon les circuits qu'ils proposent les clientèles qu'ils visent et les destinations qu'ils concernent.

4.1 Les ports-base : concept et définition

Le port-base est le point de départ d'un circuit de croisière ; ce lieu est aménagé et structuré pour l'accueil, l'acheminement et les services d'un croisiériste avant sa prise en charge dans le navire. Il doit donc être doté d'un certain nombre d'infrastructures dans le port et au-delà (autoroutes, aéroports). Le territoire qui aménage ces ports-base doit alors être pourvu d'un système organisationnel de transport autoroutier, d'aéroport ou de voies ferrées, pour répondre dans une grande mesure aux différentes demandes des clients.

On dénombre près d'une cinquantaine de ports-base dans le monde, des îles caribéennes aux confins de l'Asie. Les moins représentatifs en termes de départs organisés sont souvent écrasés par des structures beaucoup plus développées et/ou historiquement bien installées comme c'est le cas en Floride.

4.1.1 Le modèle de fonctionnement d'un port-base

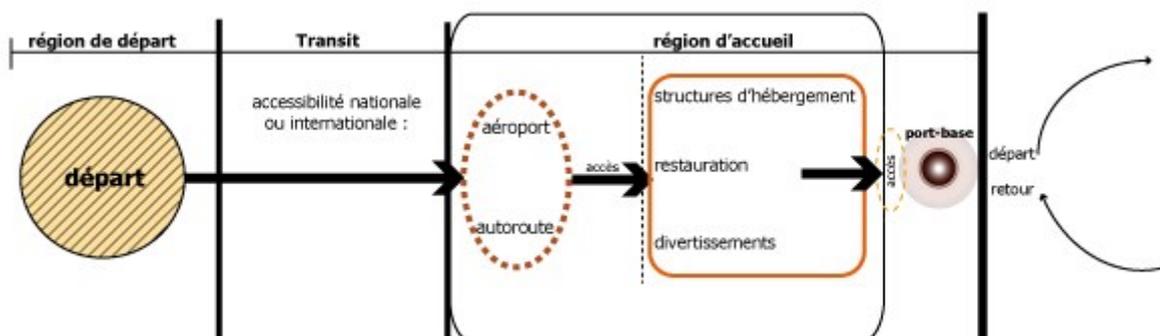
Le port-base est un aménagement structuré et organisé pour permettre le départ et le retour de circuit de croisière. Il est donc équipé pour l'accueil et l'acheminement des clientèles, mais aussi pour l'entretien des navires de croisière sur place. Il doit satisfaire les attentes à la fois des compagnies de croisière et leurs clients.

En règle générale, un port -base est à proximité de la région qu'il dessert, par exemple, les ports-base italiens ont pour destinations des territoires méditerranéens pour la plupart, ceux de la côte Est des Etats-Unis desservent la Caraïbe et ceux de la côte ouest le Pacifique. Seulement, certaines compagnies utilisent l'amplitude géographique que leur offre les océans, pour augmenter la durée du voyage d'une part et proposer des circuits beaucoup plus éloignés géographiquement d'autre part en utilisant le canal Panama par exemple pour des passages de l'océan Pacifique à l'océan atlantique, ou les transatlantiques pour des croisières au départ de New York vers la mer Méditerranée, à elles d'augmenter le panel de leur clientèle en offrant une nouvelle prestation. Comme la compagnie *Princess Cruise Line* qui offre des croisières au départ de Los Angeles en Californie pour une arrivée à Fort Lauderdale en Floride, en passant par le canal du Panama.

Outre, la qualité et la quantité des infrastructures d'un port-base il faut qu'il s'intègre dans un schéma régional de réseaux de transport et de communication. Du départ de son domicile à son arrivée aux portes du navire de croisière, le client doit passer par une multitude de réseaux

de communication, aussi divers que variés, qui dépendent entièrement les uns des autres (cf. Figure 22).

Figure 22— Un schéma représentatif du cheminement d'un croisiériste : de son espace quotidien au port-base.



Source : auteur, 2013

Les modes et les voies de communication peuvent alors prendre la forme d'une autoroute, de voies ferrées ou encore d'un aéroport international ; tous systèmes permettant aux croisiéristes de parvenir à son point de départ, quelle que soit son origine géographique. La région qui héberge un ou plusieurs ports-base doit donc avoir une amplitude de services suffisamment développés, ouverts et accessibles pour répondre dans une grande mesure aux demandes des croisiéristes et des compagnies de croisière qu'elle sert. Un tissu organisationnel de réseau réservé en majorité à cette clientèle croisière (cf. Tableau 13).

Tableau 13— Éléments représentatifs des ports-base sur l'exemple de Sydney en Australie et Venise en Italie.

Caractéristiques	Sydney	Venise
	Accessibilité	
L'accessibilité aux terminaux de croisière doit concerner à la fois la population interne du pays et ceux qui arrivent sur le territoire. C'est-à-dire que pour les populations internes, un système autoroutier et/ou ferroviaire doit être mis en place pour permettre l'accessibilité de l'intérieur. L'aéroport est	C'est la ville capitale de l'Australie, Sydney, la localité administrative de Pymont plus précisément, qui héberge le terminal de croisière <i>White Bay</i> dans la partie nord-ouest de la ville. La ville est desservie par une série d'autoroutes qui forment un triangle autour de son centre historique. L'aéroport international de	Cinquième aéroport du pays en nombre de passagers (près de 8 millions de passagers en 2012), l'aéroport Venise - Marco Polo dessert un grand nombre de destinations européennes telles que la France, le Luxembourg, et l'Espagne. Par contre, le réseau autoroutier est moins dense qu'à Sydney ou Miami, il n'y a qu'une seule

aussi un moyen d'accéder au territoire de départ d'une croisière si l'on vient de l'extérieur, là encore l'aéroport doit être ouvert à des dessertes internationales, mais aussi régionales.	Sydney, outre les dessertes de toute l'Océanie et de l'Asie, possède également des liaisons avec Toronto au Canada (via Vancouver), de New York aux Etats-Unis (via Los Angeles) et Londres via Dubaï et Singapour.	autoroute qui permet à la fois l'accès à Venise, au port de croisière et aux hôtels. Le contexte insulaire de la ville ne permet pas de diversifier ce réseau.
Transition		
Que ce soit à l'arrivée sur le territoire ou au retour d'une croisière il est fréquent que les croisiéristes passent une nuit, dite de transit, dans un complexe hôtelier de la région. Les pays possédant un ou plusieurs ports-base doivent également disposer d'une capacité hôtelière suffisante pour accueillir ces passagers d'une nuit.	Il y a plus de 400 hôtels dans la ville de Sydney. Ils sont en moyenne à plus ou moins 6 kilomètres du terminal de croisière et à 7 kilomètres environ de l'aéroport international de Sydney.	Il y a plus d'un millier d'hôtels à Venise. Cependant, les compagnies qui y affectent des départs de croisière procèdent avec trois ou quatre hôtels qu'elles proposent aux clients. La compagnie MSC par exemple, propose des nuitées aux tarifs préférentiels dans les hôtels tels que l'hôtel Bauer à 1,3 kilomètre du terminal ou encore l'hôtel Principe à 1,7 kilomètre.
Acheminement		
L'acheminement, et le réacheminement sont les deux étapes qui permettent aux croisiéristes d'accéder d'un son lieu d'hébergement au terminal de croisière et inversement. Ce sont des voies de circulation rapides qui permettent un accès direct à l'une ou l'autre des structures.	C'est l'autoroute qui permet l'accès au port de croisière de <i>White Bay</i> . Cette autoroute, de deux fois quatre voies permet un accès direct des structures hôtelières de la ville au <i>Port Boulevard</i> , entrée du port-base	C'est à partir du pont <i>Via della Libertà</i> , qui relie l'île de Venise ou se trouve le terminal de croisière, au reste du territoire italien. Cet accès mesure environ 8 kilomètres. Une autoroute de deux fois deux voies jouxtant une voie ferrée. La compagnie Costa croisière par exemple, s'occupe de la réception, de l'acheminement et du réacheminement des clientèles. Pour cela la compagnie possède un bureau directement à l'aéroport de Venise.

Source : MSC croisière, Costa croisière, Google maps, 2015

Les ports-base sont des zones d'interface, des nœuds de concentration des flux de croisiéristes, qui doivent répondre à un certain niveau de qualité en termes d'organisation et de communication.

Outre la qualité et la quantité des infrastructures d'un port, il faut qu'il s'intègre dans un schéma régional de réseaux de transport et de communication. Du départ de son domicile à son arrivée aux portes du navire, le client doit pouvoir utiliser des voies de communication les plus simples et les plus directes possible. Des structures hôtelières suffisantes, des infrastructures routières adéquates certes, mais aussi des rotations aériennes variées,

permettant à un ensemble d'individus de se rendre de son lieu de résidence au départ de sa croisière, ce sont là, les principaux éléments qui prédominent dans le développement de l'activité.

Un service multimodal qui comporte plusieurs maillons d'une chaîne, formé de services d'accueil, de transport, d'hébergement et de restauration.

L'image du Manhattan balnéaire (MIT, 2008), une station compacte, massive, présentant un front hôtelier continu et élevé, utilisé par Macé et repris par Cazes (1992), renvoie une représentation assez fidèle d'un centre urbain possédant un port-base. Dans ce cas, les structures d'hébergement jouent un rôle bien moins important que dans le cadre d'un tourisme de séjour dans la mesure où la finalité du voyage se trouve au port ; mais elles assurent cependant la transition entre la prise en charge du croisiériste à son arrivée, première étape de sa croisière, et au retour de cette dernière.

La capacité d'accueil, en terme d'hébergement, n'étant certes pas uniquement réservée aux seules clientèles de croisiéristes, détient un rôle important dans l'acheminement et le réacheminement des clients vers et du port-base. Souvent il est indispensable que ce dernier passe une ou deux nuitées avant de partir ou à son retour de croisière, une période de transit entre le moment où le croisiériste arrive dans la ville ou le pays du port-base et sa prise en charge le lendemain pour son départ en croisière ; il doit donc trouver sur place des complexes hôteliers de capacité suffisante afin d'accueillir l'ensemble de la clientèle de croisiéristes au programme des circuits.

Qu'il s'agisse des ports-base de Miami aux Etats-Unis, de Venise en Italie ou de Sidney en Australie, ce sont les compagnies qui structurent les circuits et qui leur affectent des ports-base ; elles (les compagnies) choisissent d'investir et de s'investir sur différents ports-base, les spécialisent et les spécifient jusqu'à se les approprier. Par exemple, pour des croisières en mer Méditerranée, les compagnies *Costa*, *MSC* et *Croisière de France* utilisent le terminal de Marseille comme port-base, tandis que pour cette même zone de navigation la compagnie *Royal Caribbean Cruise Line* utilise ceux de Civitavecchia ou de Venise en Italie et celui de Trieste en Italie pour la *Carnival Cruise Line*.

Pour que l'activité croisière puisse se développer, l'aménagement et l'amélioration des infrastructures portuaires seuls, ne suffisent pas. Ces territoires doivent être présentés comme de véritables zones d'accueil qui facilitent et fluidifient les arrivées et les départs des navires de croisière et des croisiéristes, les infrastructures routières et aéroportuaires doivent

supporter les arrivées de passagers de croisière. En effet, si l'on considère les circuits de croisière programmés au départ des ports-base des Etats-Unis selon les données de la l'administration maritime des Etats-Unis (MARAD) ; il en ressort que sur l'année 2012 par exemple, sur les 10 millions de croisiéristes qu'il y a eu aux Etats-Unis 60 % d'entre eux ont embarqué à partir de l'un des ports-base de la Floride, 18 % du seul port-base de Miami, soit 1,8 million de croisiéristes. Selon cette même étude, il y a eu 781 circuits programmés cette même année, ce qui représente en moyenne 2400 passagers par circuit et deux départs de croisière par jour. Alors pour gérer les 5000 passagers qui embarquent chaque jour en moyenne pour une croisière au départ du port-base de Miami, il faut que les infrastructures routières, aéroportuaires et que les structures d'hébergement qui doivent suivre cette rotation permanente doivent être efficaces.

4.1.2 Etat des lieux des ports-base à travers le monde

A l'instar des ports-base nord-américains desservant les escales de la Caraïbe, berceau de la croisière contemporaine, les autres bassins mondiaux ont dû eux aussi, au rythme du développement de l'activité, proposer des infrastructures portuaires suffisamment efficaces pour accueillir les géants américains désireux de conquérir de nouveaux espaces.

On dénombre près d'une cinquantaine de ports-base dans le monde, ils se distinguent les uns des autres par le nombre de circuits organisés, mais aussi, et surtout par l'importance des structures d'hébergement, qui traduit la plus ou moins grande fréquentation de la destination. (cf. Carte 9).

Les six premiers ports-base en terme de départs de croisière représentent près de 50 % de l'activité mondiale ; parmi eux 4 sont situés aux Etats-Unis (Los Angeles et 3 d'entre eux sur la péninsule floridienne et en tête des statistiques (Miami, Port Canaveral, Fort Lauderdale), et 2 en Europe (Venise en Italie et Barcelone en Espagne) .

Les ports-base ayant le moins de circuits organisés au départ de leurs terminaux sont en marge des flux à cause de structures portuaires beaucoup plus actives plus développées et/ou historiquement bien installées comme c'est le cas en Floride. C'est à partir du port-base de Miami en Floride que l'activité de croisière dans la Caraïbe a débuté dans les années 1960, et c'est à partir de cette péninsule que l'activité à pris de l'ampleur se focalisant sur son développement portuaire. L'histoire des autres ports-base à l'échelle mondiale, est beaucoup plus récente que ceux de la Floride et particulièrement celui de Miami.

Quatre bassins régionaux se distinguent au niveau mondial en ce qui concerne les départs organisés de circuits de croisière, la côte atlantique/caraïbe des Etats-Unis, la côte ouest des Etats-Unis, l'Europe-Méditerranée et l'Europe du Nord. Les ports-base de la côte est des Etats-Unis, ceux qui desservent les escales de la Caraïbe représentent 50 % des départs de croisière à l'échelle mondiale, selon les mêmes données de la CLIA, en 2013 la côte Est des Etats-Unis en représentait 15 %, la Méditerranée 12 % et l'Europe Nord 7 %.

Derrière ces chiffres se cachent une réalité qui démontre davantage sur la réalité des ports-base mondiaux, et plus particulièrement sur l'activité du port de Miami, en effet, les 6 ports de la Méditerranée considérés (Civitavecchia, Monte-Carlo, Nice, Barcelone, Gênes et Athènes) et les 4 ports-base de la côte Est des Etats-Unis (Seattle, San Francisco, San Diego et Los Angeles), ont organisé autant de départs de circuits de croisière sur l'année 2013 que le seul port de Miami.

Carte 9- Les ports-base mondiaux : nombre de départs organisés en 2012



Source : CLIA, 2012

Ces quatre bassins régionaux concentrent 84 % de l'activité de croisière à l'échelle mondiale, les ports-base asiatiques de Pékin, Hong Kong, Bangkok, Singapour et Manaus représentaient 3 % de l'activité.

Deux espaces sont largement représentatifs de ces infrastructures d'accueil : celui qui concerne la côte est-sud-est des Etats-Unis, de Boston à la Nouvelle-Orléans. Cet espace englobe à lui seul 41,7 % des départs de croisières dans le monde, dont 37,10 % sont concentrés sur la seule péninsule floridienne.

Le second espace qui est largement dédié à l'activité de port-base se définit par les contours littoraux de la mer Méditerranée dans son ensemble, il représente 18,15 % de l'activité mondiale en termes de départs de croisière.

La double interface océanique des Etats-Unis, mais aussi du Canada et les nombreuses dépendances insulaires en présence permettent à ces deux pays de s'imposer comme un centre incontournable des infrastructures portuaires au rang mondial. Ils dominent le marché mondial, et en représentent plus de 65 %.

Le port-base de Miami domine largement le marché en organisant plus de deux départs, en moyenne, par jour, c'est le seul port-base, à l'échelle mondiale, qui possède ce niveau d'activité. Les ports-base qui suivent, les plus actifs lorsqu'on exclut Miami, restent à des niveaux de l'ordre d'une demi-douzaine à un peu plus d'une dizaine de circuits par semaine quand Miami en organise plus d'une quinzaine en moyenne.

Une étude conjointe entre l'Administration maritime des Etats-Unis (MARAD) et la CLIA met en exergue les capacités d'accueil, en terme de lits, réservées à la seule clientèle de croisière et mis à disposition selon les régions possédant des ports-base à travers le monde. Il en ressort, que pour cette seule clientèle croisière, Miami, Port Canaveral, Fort Lauderdale et Los Angeles aux Etats-Unis, concentrent un peu plus de la moitié des lits spécifiques à la croisière. Cela représente près de deux millions de lits pour Miami, un peu plus 1,7 million de lits chacun concernant Port Canaveral et Fort Lauderdale et environ 700 000 pour Los Angeles (CLIA, 2012).

4.2 Les ports-base du bassin caribéen sur l'exemple du port-base de Miami

Qu'il s'agisse du nombre de circuits organisés ou de l'importance des capacités d'accueil spécifiques à la clientèle croisière, Miami figure toujours en tête des statistiques. Seul port-base a organiser plus de 750 circuits en moyenne par an (CLIA, 2012) et principale ville en terme d'hébergement dédié à cette activité, Miami se présente comme étant le premier port-base mondial. Les Etats-Unis possèdent un grand nombre de port-base, très actifs dans l'activité de croisière de façon générale. En resserrant le zoom sur l'activité de croisière dans le bassin caribéen ; sur les treize ports-base localisés sur le territoire des Etats-Unis, onze sont destinés à la distillation de circuits dans la Caraïbe. Parmi eux, le port-base de Miami, plus important port-base de rang mondial.

Le tissu urbain, économique et social de la ville de Miami, et de son agglomération, s'est largement développé grâce à cette économie croisière et la ville oriente largement son développement sur cette seule économie, une configuration où se mêlent la ville touristique et la ville cosmopolite qui fait la spécificité de cette mégalopole (Augustin, 2007)

4.2.1 Les ports-base desservant la Caraïbe

A l'instar du découpage géographique de la Caraïbe selon l'Administration Maritime (MARAD) des Etats-Unis, nous distinguons quatre zones géographiques destinées aux départs de circuits de croisière dans la Caraïbe et différencier selon leur lieu d'implantation : le sud des Etats-Unis avec les ports de Galveston, de Houston et de la Nouvelle-Orléans, les ports de la péninsule floridienne : Tampa, Miami, Jacksonville, Fort Lauderdale et Port Canaveral, ceux de la région Caraïbe : San Juan (Porto Rico), Pointe-à-Pitre (Guadeloupe) et Fort-de-France (Martinique) (cf. Carte 10).

Enfin, certains ports de la côte Nord-est des Etats-Unis s'orientent davantage vers le développement des circuits caribéens, et figurent désormais au même titre que les précédents dans la distribution de croisiéristes dans la zone de navigation caribéenne : Boston, New York/Cape Liberty et Baltimore.

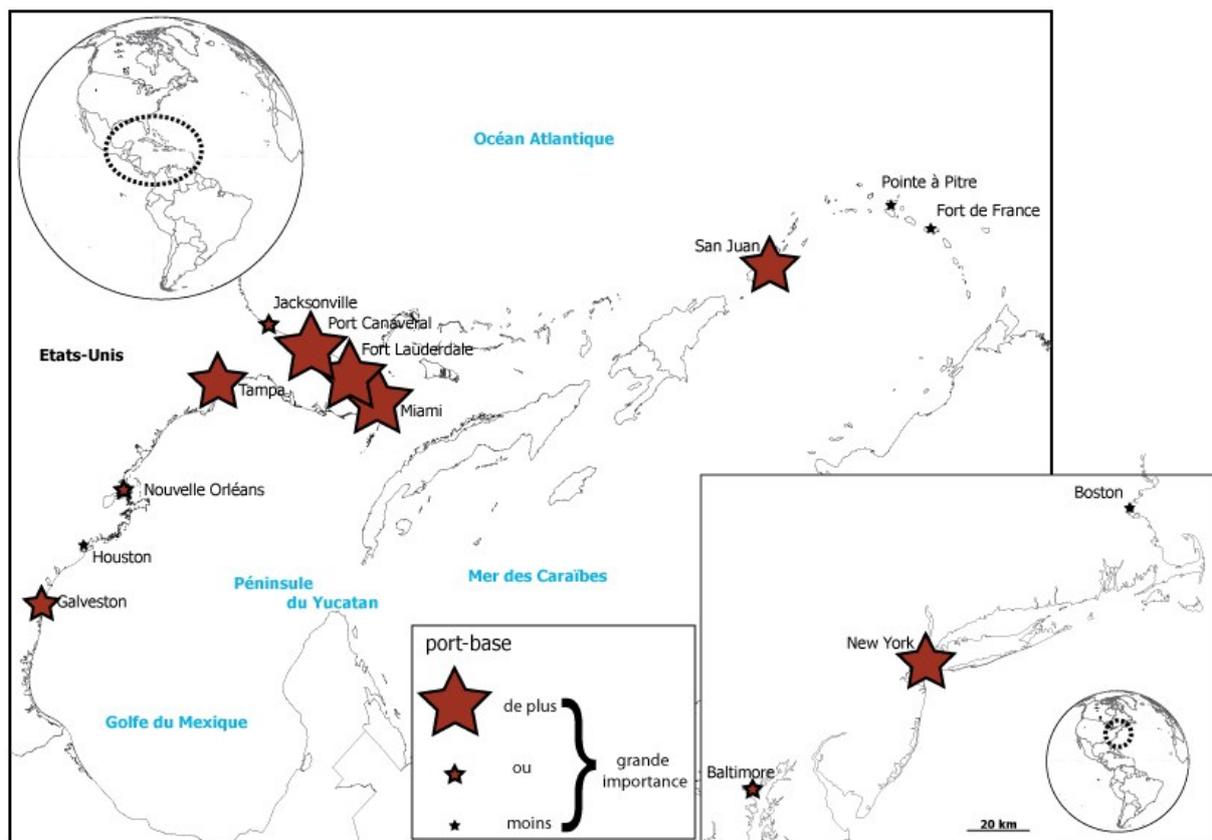
Avec 1 million de croisiéristes en 1970, l'industrie de la croisière nord-américaine est relativement jeune, comparativement aux autres modes de transports. Elle est pourtant considérée comme l'industrie la plus florissante avec une croissance moyenne annuelle de 10 %, entre 1980 et 1993. Depuis 1970, et ce jusqu'à la fin des années 1990 près de 50

millions de Nord-Américains ont effectué une croisière de plus de deux jours (Teye & Leclerc, 1998), sur la seule saison 2009, le nombre de croisiéristes au départ des Etats-Unis est estimé à plus 13 millions et de 17 millions en 2013 (source FCCA, 2013).

Au début des années 1990, la proportion de croisiéristes nord-américains, au départ de ports-base étasuniens était beaucoup importante qu'en 2013. En effet, les croisiéristes non américains sont 20 fois plus nombreux aujourd'hui à prendre départ auprès d'un des ports-base nord-américains qu'en 1990. Ils représentent près de 6 millions de passagers en 2013 contre un peu plus de 200 000 en 1990.

Ceci s'explique notamment par la mise à disposition, de la part des autorités nord-américaines en charge du développement des ports-base, et l'efficacité des structures autoroutières et aéroportuaires ; mais aussi et surtout ce fait est vérifiable dans l'aménagement des ports-base, capables de suivre l'évolution des navires, et d'accueillir un grand nombre d'entre eux.

Carte 10— Les ports-base desservant la Caraïbe

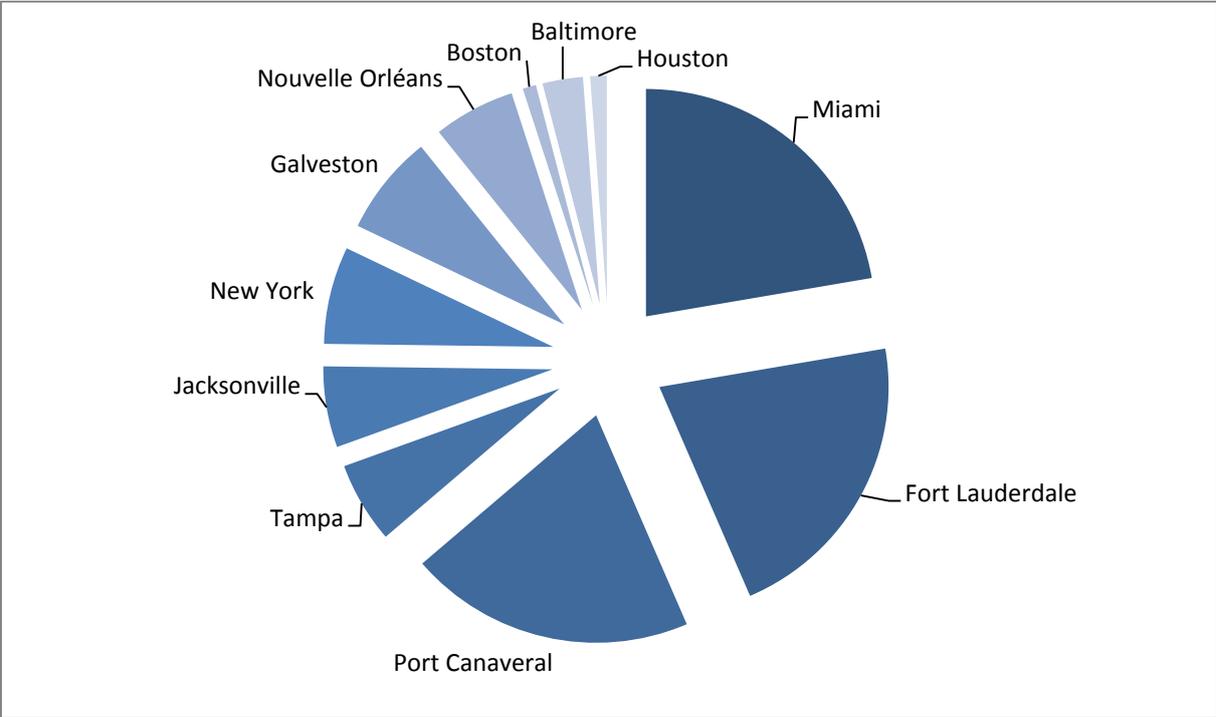


Les ports-base sont classés en fonction du nombre de départ pour des circuits de croisière qui sont programmés sur une saison. Les ports-base de la péninsule floridienne apparaissent comme les plus actifs pour l'activité de croisière dans le bassin caribéen.

Cependant, la distribution des flux de croisiéristes, à destination du bassin caribéen, est loin d'être équitable entre l'ensemble des ports-base concernés. Concernant les ports-base des Etats-Unis, ceux de Miami, Fort Lauderdale et Port Canaveral, situés sur la péninsule floridienne enregistrent le plus grand nombre de passagers embarqués pour des croisières programmées dans la Caraïbe, et représentent près des trois quarts des flux de croisiéristes, avec plus de 4 millions de passagers transportés en 2012, où Miami représente à lui seul plus de 20 % du marché global avec plus de 1,8 million de passagers embarqués (8 % de moins qu'en 2009) (cf. Figure 23) (source CLIA, 2009/2012).

Au regard des flux engagés, il paraît approprié de définir la péninsule floridienne comme étant un centre névralgique de la croisière caribéenne, avec Miami comme moteur du développement de cette économie ; considérant les autres ports-base de cette façade comme gravitant autour d'un secteur dont ils ne sont pas les principaux acteurs. Les mieux desservis contrôlent à peine 5 % du marché chacun ; New York (586 000 passagers transportés en 2012), Galveston (604 000 passagers transportés en 2012) et la Nouvelle-Orléans (488 000 passagers transportés en 2012) ; à peine plus de 2 % pour les moins actifs, Baltimore, Houston et Boston.

Figure 23— La part des flux de croisiéristes selon les ports-base des Etats-Unis desservant le bassin caribéen.



Source : CLIA, 2012

La répartition des croisiéristes entre les différents ports-base nord-américains fait apparaître un net déséquilibre quant aux quantités de passagers transportés (cf. Tableau 14). Les ports de la péninsule floridienne dans leur ensemble apparaissent comme étant les plus actifs du secteur.

Tableau 14— L'évolution des flux de croisiéristes selon les ports-base des Etats-Unis desservant le bassin caribéen.

	port-base	2005	2009	2012
1	Miami	1 803 000	2 055 000	1 887 000
2	Fort Lauderdale	1 283 000	1 422 000	1 797 000
3	Port Canaveral	1 234 000	1 195 000	1 708 000
4	Galveston	531 000	395 000	604 000
5	New York	529 000	576 000	586 000
6	San Juan	-	-	507 000
7	Nouvelle Orléans	308 000	235 000	488 000
8	Tampa	408 000	397 000	487 000
9	Jacksonville	147 000	188 000	487 000
10	Baltimore	67 000	167 000	241 000
11	Houston	99 000	99 000	99 000
12	Boston	80 000	80 000	80 000

Source : CLIA, 2005, 2009, 2012

Reste aussi le fait que les circuits proposés au départ de ces ports-base sont différents que l'on se trouve à New York, Houston ou Tampa. Les circuits disponibles, et l'espace de navigation concerné sont aussi, sans nul doute, des facteurs qui déterminent le choix des clientèles considérées.

L'analyse des ensembles géographiques se base sur une étude cartographique des profils des différents circuits à partir des ports-base de ces régions, pour des croisières à destination de la Caraïbe (cf. Carte 11).

Les quatre profils qui suivent représentent (côte sud-américaine, péninsule floridienne, Antilles et côte Nord-est des Etats-Unis), dans leur ensemble, les principaux circuits qui sont effectués dans la zone caraïbe, à partir de ces ports-base. Les données utilisées pour effectuer ce traitement ont été récupérées auprès des compagnies de croisière, sur la

programmation 2012/2013/2014 de la saison touristique de croisière. La méthode repose sur la récupération de données effectuée auprès des compagnies : *Norwegian Cruise Line*, *Royal Caribbean International*, *Princess Cruise Line*, *Carnival Cruise Line*, *Holland America*, *Costa Croisière*, *MSC* et *Celebrity X Cruises*.

Il est à noter cependant que ce ne sont pas les ports-base qui sont repris unitairement pour réaliser ces planches cartographiques, mais l'ensemble de la zone géographique concernée.

Apparaissent alors, les spécificités de chacun des ports-base, leurs destinations et trajets de prédilection. Le nombre d'escales indiqué, représente le nombre total de fois où apparaît l'ensemble des destinations dans le prévisionnel des circuits ; ce chiffre ne prend pas en compte le nombre de circuits effectués sur la saison. Les flèches sont proportionnellement représentatives de la quantité de circuits effectués vers la zone indiquée.

Dans le cas de la côte sud des Etats-Unis, 18 destinations sont concernées sur trois des quatre zones que comptent la Caraïbe : les Bahamas, l'Est caribéen et l'Ouest caribéen, n'intégrant aucune destination de la Caraïbe du Sud dans ses circuits : 86,5 % des circuits, au départ du sud des Etats-Unis, sont à destination de l'Ouest caribéen, seulement 9.5 % pour les Bahamas et 4 % pour la Caraïbe de l'Est.

La proportion la plus large, destinée aux circuits de la Caraïbe de l'Ouest se concentre sur un nombre important de destinations au regard des 18 destinations concernées ; 11 sont en Caraïbe de l'Ouest pour seulement 5 dans l'Est caribéen et 2 aux Bahamas.

La carte représentative du profil des circuits au départ des ports de la zone Caraïbe/Antilles sont inversement identique à celle précédemment proposée.

A partir des ports des Antilles : San Juan (Porto Rico), Fort-de-France (Martinique) et Pointe-à-Pitre (Guadeloupe), les circuits s'orientent vers 17 destinations, uniquement localisées dans l'Est caribéen et dans la Caraïbe du Sud.

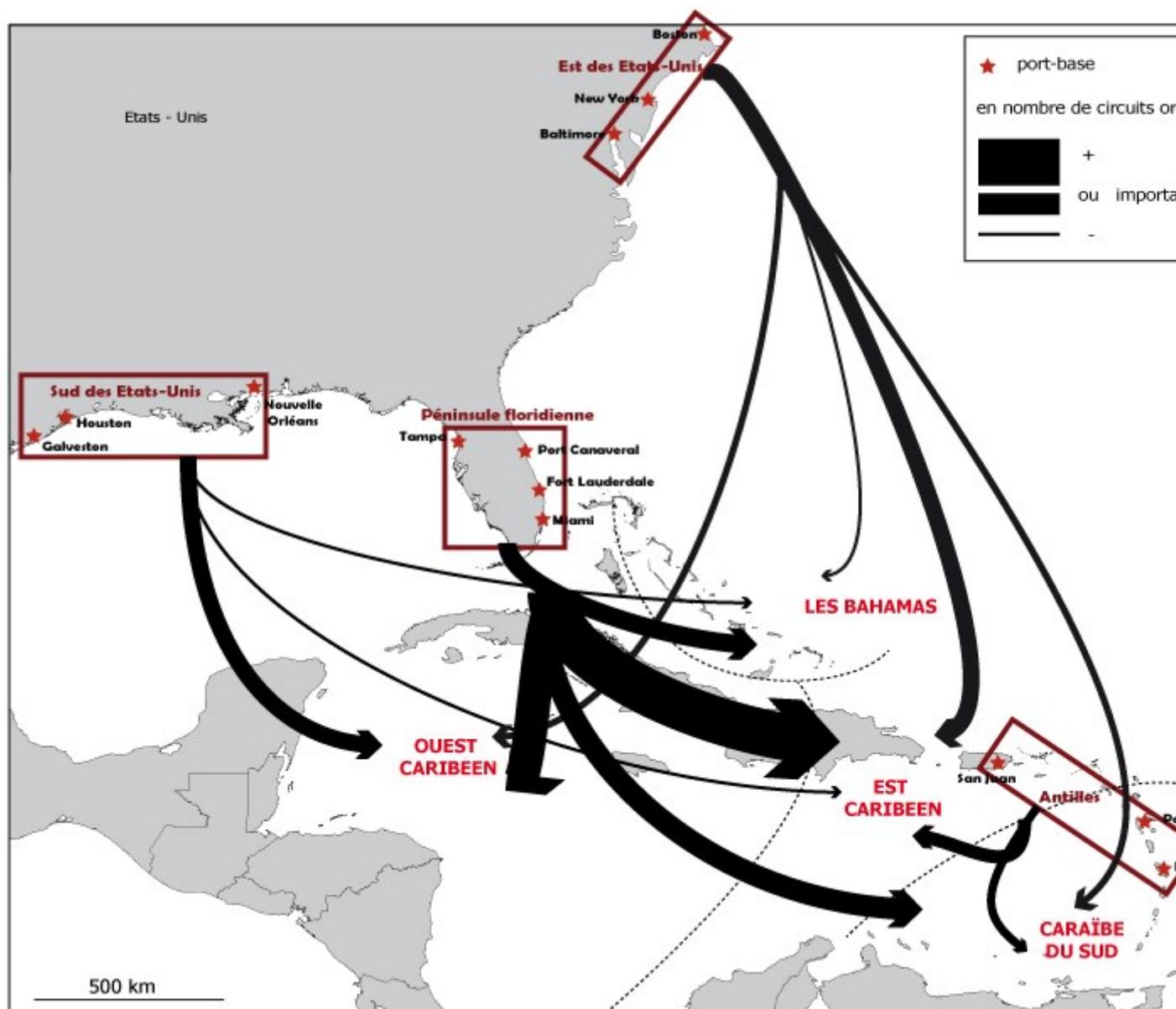
Ainsi, plus de 60 % des circuits s'effectuent dans la Caraïbe de l'Est sur 9 destinations, un peu moins de 40 % sont destinés aux territoires du Sud caribéen (8 destinations).

Les circuits sont beaucoup plus diversifiés, ils engagent davantage de destinations, mais aussi d'escales, au départ des ports-base de la côte Est américaine et de la péninsule floridienne.

Tous les espaces de la Caraïbe sont concernés, une distribution non équitable, mais beaucoup moins sectorisée que dans les deux cas précédents.

Les quatre ports-base de l'Amérique de l'Ouest concernent 23 destinations de la Caraïbe dont la plupart des territoires d'accueil (8) se trouvent dans l'Est caribéen, ce qui représentent 60 % des départs.

Carte 11— Profil des circuits à partir des différentes régions et ports-base desservant la Caraïbe



Source : compagnies de croisière, 2013

Lorsque les compagnies de croisière proposent des circuits à la vente, elles définissent l'espace au sein de la Caraïbe où va se dérouler cette croisière. C'est-à-dire que les croisières se feront aux Bahamas, dans la Caraïbe de l'Ouest, dans la Caraïbe de l'Est ou du sud. A partir de tous les ports-base répertoriés, un tableau statistique a été réalisé et le nombre de circuits pour chacun des sous-ensembles a été repris.

Nous obtenons ainsi la carte ci-dessus qui montre, selon le port-base, l'intérêt qui est porté à chacun des sous-ensembles de la Caraïbe.

Les circuits de croisière au départ de la péninsule floridienne sont beaucoup plus importants, en nombre, que ceux précédemment cités ; 5 ports-base et 33 destinations sont notés pour 785 escales programmées : l'essentielle de l'activité croisière se concentre sur cette zone des Etats-Unis.

Le rythme des départs est beaucoup plus soutenu et les compagnies rattachées à ces ports-base sont plus nombreuses et affectent davantage de navires pour des circuits de croisière qui apparaissent comme distribués de façon absolue. C'est-à-dire que toutes les zones sont concernées avec une prédominance de l'est et de l'Ouest caribéen qui concentrent respectivement 36 % et 32 % des départs, puis les Bahamas et la Caraïbe du Sud en queue de peloton qui concentrent 15 % et 17 % des départs.

L'hypothèse la plus évidente, au regard de ces cartes, quant à l'explication de la distribution des circuits de croisière dans la Caraïbe, avance l'idée que les compagnies de croisière affectent des navires aux destinations les plus proches.

L'Ouest caribéen est d'abord desservi par les ports-base du sud des Etats-Unis, parce que plus proche ; il en est de même pour les ports-base de la Caraïbe qui desservent davantage le sud et l'Est caribéen. Quoi qu'il en soit, Miami semble être le chef de file de toute cette répartition, car il enregistre les maximas de fréquentation.

4.2.2 Organisation territoriale de la péninsule floridienne et approche spatiale de la ville de Miami

La Floride n'est pas seulement un centre névralgique pour les départs de croisière, c'est un point essentiel dans tous les aspects de l'industrie de la croisière. *Carnival Corporation* et *Royal International*, les deux compagnies qui détiennent près de trois quarts du marché de l'industrie de croisière nord-américaine, y ont leurs sièges à Miami (CLIA, 2010).

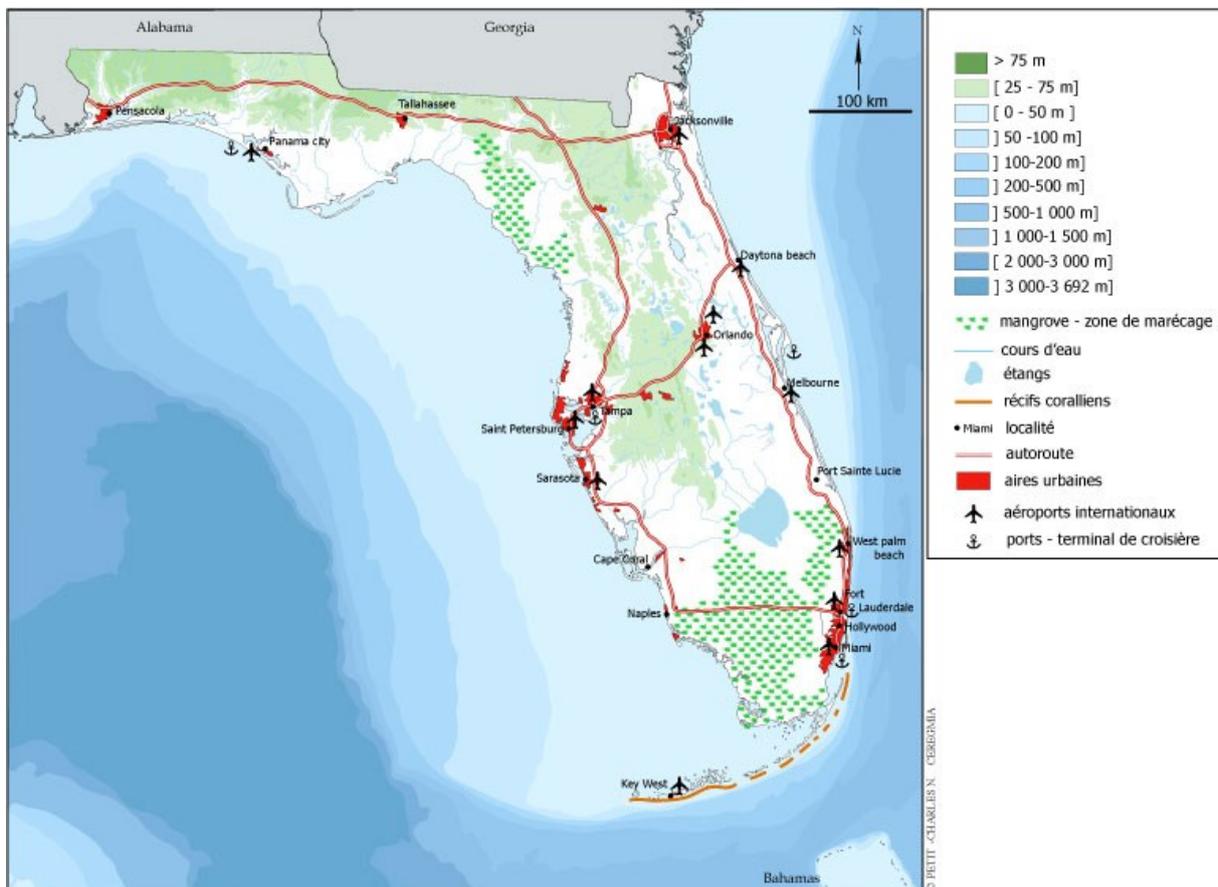
La Floride concentre 115 000 employés dans le secteur (CLIA, 2012). Le marché a rapporté en 2009 près de 5,8 milliards de dollars à la région et 2,4 milliards aux entreprises qui sont en relation avec le secteur (hôtels, agences de voyages, compagnies aériennes, restaurants et transporteurs) (CLIA, 2010).

La péninsule floridienne (cf. Carte 12) est une véritable plaque tournante du tourisme de croisière parce que tous ces éléments sont réunis : un ensemble qui fait la réussite du système. De l'aménagement du port à l'hébergement du touriste en passant par son divertissement pré et post croisière, tout est fait pour satisfaire son séjour. Les liaisons aériennes de et vers les

grands pôles urbains des Etats-Unis et de l'Europe, des structures hôtelières proches des sites portuaires d'embarquement, une organisation quotidienne en fonction des départs et des arrivées de bateaux ; en somme, un ensemble structuré et organisé sur la base du secteur du tourisme en particulier celui de la croisière.

Le terminal de croisière de Jacksonville, reste en marge des grands flux qu'enregistrent les autres ports de la péninsule. Ceci s'explique sans doute par le fait qu'il n'y a qu'un seul bateau en programmation annuelle au départ de ce port. En effet, le Carnival Fascination y effectue des départs pour des circuits de 4 jours (vers les Bahamas), 5 jours (Bahamas, Half Moon Cay) et 7 jours (Grand Turk, Half Moon Cay et Bahamas) (Jacksonville Port Authority 2011).

Carte 12— L'organisation territoriale de la péninsule floridienne



source : google maps

La ville de Miami, située au sud de la péninsule floridienne abrite le plus important port-base du monde (cf. Carte 13). Plus de 20 % des croisières étatsuniennes se font au départ de

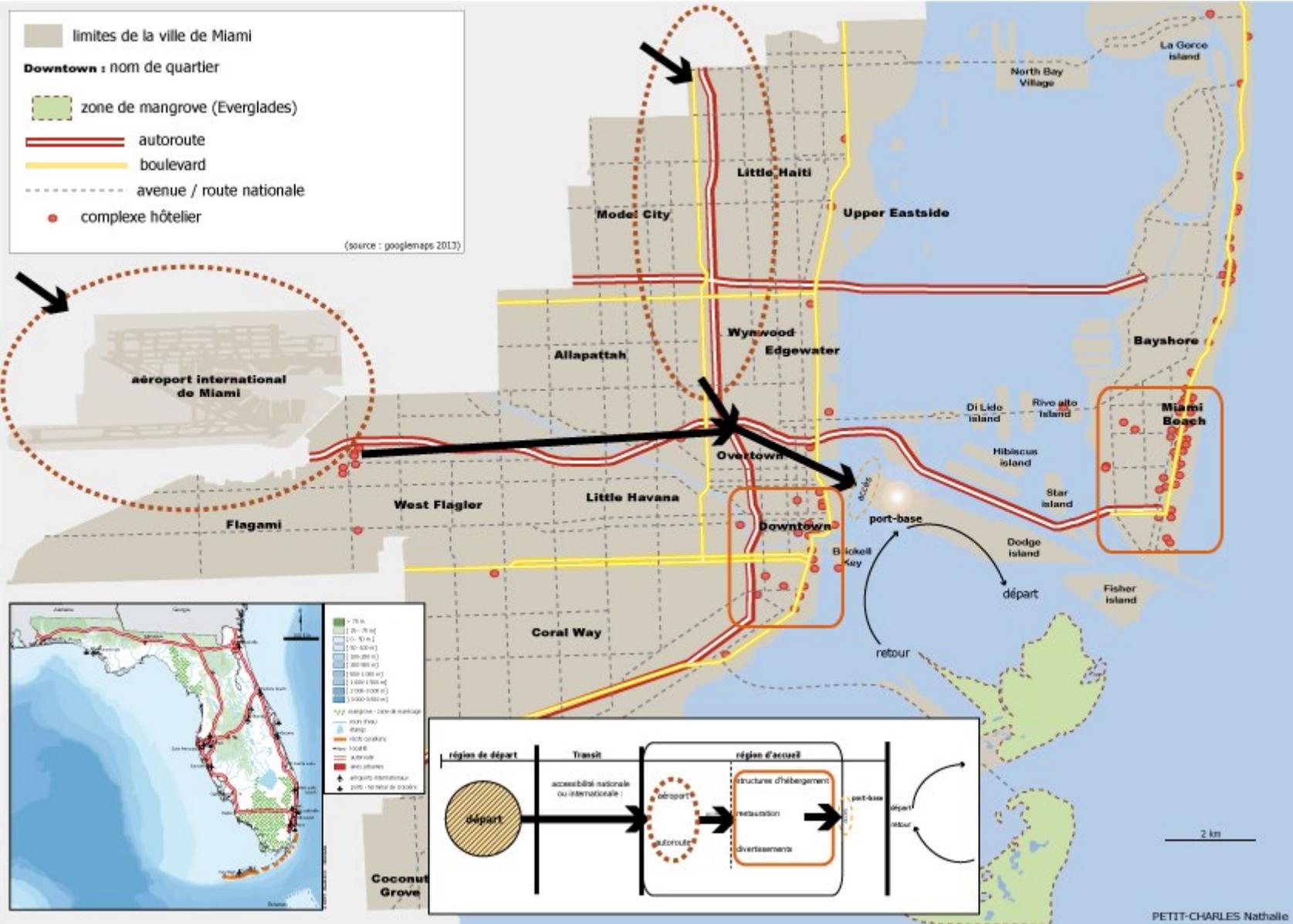
Miami, jusqu'à atteindre 40 % lorsqu'on se concentre uniquement sur la péninsule floridienne (FCCA, 2012). Miami est, sans nul doute, le centre névralgique de la croisière sur la côte Est des États-Unis.

La ville est composée d'un maillage très dense de réseaux routiers ; trois artères principales, des autoroutes d'une dizaine de voies chacune quadrille la ville et rythme le réseau : *Dolphin Express* et *Airpot Express*, sont les deux autoroutes parallèles qui traversent la ville de part en part, allant de l'aéroport à l'île de Miami Beach. L'autoroute 95 quant à elle, longe la ville du nord au sud, notons qu'à plus grande échelle, elle traverse toute la péninsule floridienne, permettant la connexion entre toutes les grandes villes qui la composent.

Des voies de circulation plus petites, des boulevards et des avenues, finissent de tapisser l'espace, et complètent le réseau. La desserte autoroutière est très riche, et facilite d'une part, l'accès à Miami et d'autre part la circulation à l'intérieur de la ville, aboutissant finalement à une certaine clarté de l'espace, rendant tous les confins urbains accessibles.

L'aéroport, même s'il porte son nom, ne se trouve pas à Miami, mais au centre de l'agglomération composée des villes de Miami, Hialeah, Doral et de Miami Springs. Il est desservi par les deux grands axes autoroutiers du *Dolphin Express* et de l'*Airport Express*, et permet un accès rapide et direct vers Miami Beach.

Carte 13— L'organisation spatiale de la ville de Miami



Bien qu'il y ait une cinquantaine de complexes hôteliers dans la ville, la majorité de ces espaces d'accueil se trouve dans la ville voisine, Miami Beach. Faisant partie du comté de Miami Dade, cette péninsule accueille, le long de son littoral, pas moins de 244 structures d'hébergement faisant pratiquement toutes face à l'océan Atlantique. Sur la base de la classification internationale des structures hôtelières il y a 14 hôtels deux étoiles, 97 de classe trois étoiles, 24 quatre étoiles et 109 de cinq étoiles (miami-dade), ce qui fait que le comté de Miami possède la plus grande capacité hôtelière des Etats-Unis. Les plus grands groupes hôteliers sont ainsi représentés, tels que les hôtels Hilton, Sheraton ou encore Marriott et Ritz-Carlton.

Selon la situation géographique, les hôtels proposent différents services. Ceux qui sont dans le Miami Downtown, où se trouve le port de croisière, sont plutôt orientés vers une clientèle de croisiéristes de passage pour une deux nuits au départ et/ou au retour d'une croisière. Miami Beach quant à elle accueille davantage les grands groupes hôteliers, pour des séjours plus longs. Sa situation géographique privilégiée lui permet d'offrir à ses clients une bordure côtière de près de 10 kilomètres.

Ainsi l'aménagement de la ville de Miami, conjointement à celui de Miami Beach, permet la réception, l'acheminement et l'hébergement des touristes, avant et après leur départ pour une croisière. Sa position de premier port-base, et de ce fait les flux de croisiéristes qu'elle accueille chaque saison, ont fait que la ville de Miami possède des infrastructures suffisamment performantes afin de gérer au mieux l'ensemble des atouts de l'activité.

4.2.3 Le port-base de Miami

Offrant des croisières de 3 à 11 jours, le port de Miami permet des séjours essentiellement dirigés vers les Bahamas, l'Ouest et l'Est caribéen.

Il accueille les compagnies : *Azamara Cruises* (Journey), *Carnival Cruise Line* (Destiny, Glory, Imagination, Liberty, Valor), *Celebrity Cruises* (Century, Constellation, Eclipse), *Costa Cruises* (Costa Atlantica), *Crystal Cruises* (Crystal Serenity, Crystal Symphony), *Norwegian Cruise Line* (Norwegian Dawn, Norwegian Epic, Norwegian Pearl, Norwegian Sky), *Oceania Cruises* (Regatta), *Royal Caribbean International* (Jewel of the Seas, Liberty of the Seas, Majesty of the Seas, Navigator of the Seas). Au total, vingt navires débutent leurs circuits à partir du port de Miami, pour des croisières de 2 jours dans les Bahamas à 24 jours en Amérique latine, en passant par des circuits transatlantiques et transpanaméens.

70 circuits sont programmés au départ du port de Miami (programmation 2011-2013). Seulement une majorité de ces circuits sont à destination de la Caraïbe de l'Ouest (36 % des départs), suivi de la Caraïbe de l'Est (19 %) et des Transpanaméenne (15 %). Le reste des circuits est partagé entre les Bahamas et les transatlantiques (10 %), la Caraïbe du Sud (6 %) et l'Amérique du Sud (3 %).

Lors de notre étude sur le terrain, nous avons pu observer et étudier la gestion des flux d'hommes et de navires sur une journée. La vie sur le port et à partir des commerces, bars et autres restaurants aux alentours sont rythmés par ces mouvements incessants de navires au départ ou de retour d'une croisière (cf. Photographie 4). Les bars, souvent de spécialités cubaines, restent ouverts une bonne partie de la nuit pour assurer une constante animation aux alentours du port.

L'historique du développement du port de Miami, tient dans cette planche photographique, son développement au long des décennies précédentes sont témoins du poids, tant sur le plan physique qu'économique dû au port (cf. Photographie 5). Installé sur une île et bénéficiant d'infrastructures routières d'envergure permettant son accès, le port de Miami se veut au centre du développement de la ville dont elle dépend pour grande partie.

Après New York et Chicago, les villes industrielles du nord-est, après Los Angeles, mégapole des loisirs et de la technologie, Miami forge d'abord son image sur le tourisme et l'attractivité des plages (Augustin, 2007). Comme ce fut le cas pour certaines villes nord-américaines, Miami s'est édifiée sur le rêve et la spéculation immobilière, et ce n'est qu'après les années 1950 que l'attractivité du site favorise l'une des plus fortes spéculations immobilières de l'histoire des États-Unis ; près de 9000 hôtels à proximité des 12 kilomètres de plages sont ainsi desservis par des voies de communication et reliés à l'aéroport. Aujourd'hui, le port constitue un deuxième pôle d'activités, après celle de l'aéroport international, où se côtoient les paquebots de croisière et le trafic de marchandises (JP Augustin, In Duhamel, Knafou, 2007).

Photographie 5— L'évolution du port-base de Miami de 1905 à 2009



1905

En 1896, date d'arrivée du premier train, alors que les grandes villes nord-américaines telles que New York et Chicago, comptent déjà plusieurs d'habitants, Miami ne rassemble que quelques centaines d'ames.

Au début du XXème siècle le futur port de croisière n'est encore qu'une petite île avec quelques cabanons faisant office d'abris pour les quelques pêcheurs que compatit le territoire. Sans véritable intérêt, l'île ne connut un réel changement dans son profil qu'à partir de la construction de la route « Port Boulevard », encore en service aujourd'hui, construite pour relier l'île de Dodge Island à la péninsule de floridienne, remplaçant ainsi les petites embarcations maritimes.

C'est le tourisme qui fait la ville ; le centre se développe lentement et l'usage touristique des périphéries s'accroît sous l'effet de la promotion immobilière.

Pendant la crise des années 1930, de grands travaux sont lancés et visent à améliorer l'environnement urbain, avec notamment, la construction de bâtiments publics et de logements sociaux. La révolution cubain de 1959 a fait de Miami un refuge pour les opposants au régime de Fidel Castro. La métropole s'organise avec un centre d'affaires dynamique, des quartiers luxueux, à l'image des autres villes des Etats-Unis.

Ce n'est que dans les années 1965, que le terrain est profilé et prêt à accueillir les infrastructures permettant l'accueil des navires en service. L'activité de croisière n'en est qu'à ses timides débuts et les infrastructures qui constituent le port n'est pas, à ce moment, à la démesure des navires d'aujourd'hui.



1961



1980

En 1980, le tourisme de croisière s'est largement développé et intensifié, du petit territoire de sable blanc, il ne reste plus rien, sauf les quelques souvenirs qu'évoquent les contours de l'île. Le grand boulevard permet un accès direct au port, d'ailleurs, au fil des années il est passé de deux voies principales de circulation à six.

Le début des années 1990 correspond à l'essor des croisières, le port de Miami déjà bien implanté dans le reste de l'activité depuis quelques années, assoit sa notoriété. Les quelques entreprises, qui gravitent autour des grandes compagnies et qui se sont spécialisés dans cette activité, s'installent désormais physiquement sur le port.

A la fin de la décennie 2000, le port héberge une douzaine de navires en même temps et gère jusqu'à 7 départs et autant d'arriver par jour.



2009

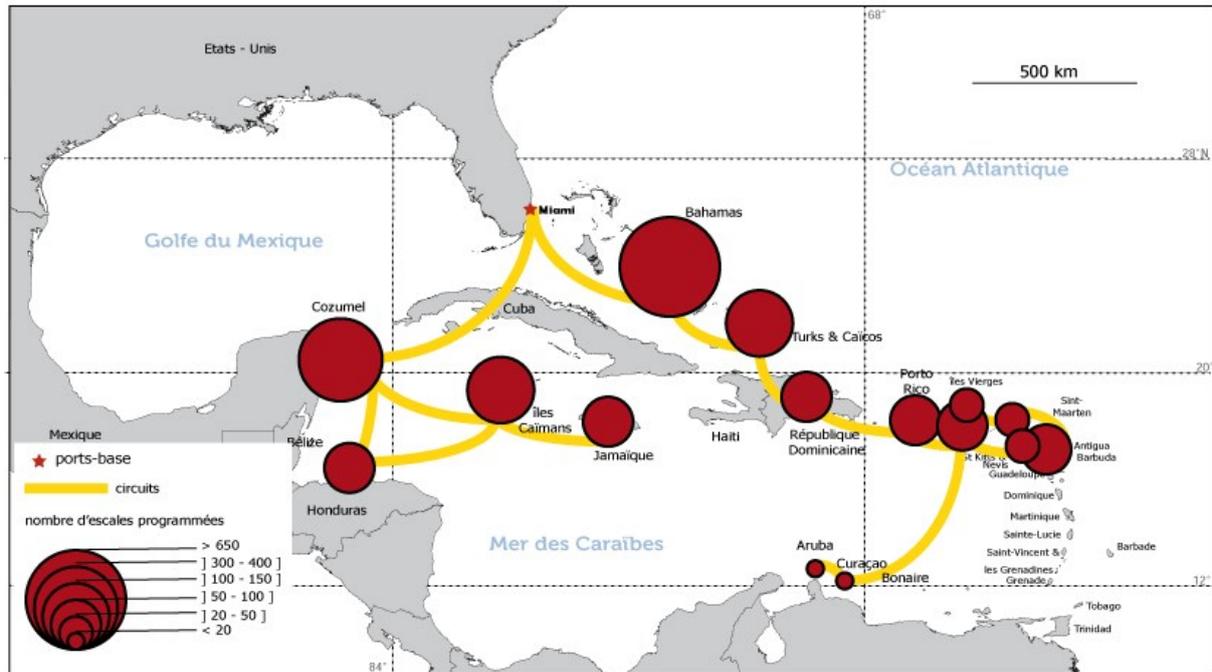


1990

source : miami-dade, 2010

Les dessertes de croisière au départ du port de Miami et à destination de la Caraïbe (cf. Carte 14), donne une impression d'un réseau tous azimuts, qui ne fait ressortir aucune préférence, ni circuit privilégié : la totalité des quatre sous-ensembles caribéens sont alimentés par les compagnies implantées à Miami.

Carte 14— Les escales de croisière desservies depuis Miami.



Source, MARAD, 2012 ; compagnies de croisière

En réalité, même si les ensembles sont tous concernés, les destinations qui les composent en revanche ne sont pas toutes sur le même pied d'égalité. Dans la Caraïbe de l'Ouest par exemple, le Belize, les îles de la Baie et la Jamaïque reçoivent un nombre équivalent de navires en provenance de Miami, seulement l'île de Cozumel et les îles Caïmans sont les plus sollicitées dans cet espace.

Ce sous ensemble à de particulier le fait que toutes les destinations de croisière qui le composent sont concernées par ces circuits, alors que dans la Caraïbe de l'Est et du Sud certaines destinations sont exclues ou son très peu représentatives de l'ensemble des croisières au départ de Miami. Ceci est vérifiable avec les îles telles que la Dominique, Saint Vincent, Grenade ou encore Trinidad et Tobago.

La décision finale de la destination n'incombe que peu au port de Miami, mais aux compagnies de croisière qu'il reçoit. Même s'il est vrai, que ces compagnies font le choix de naviguer de façon très large dans le bassin caribéen.

4.1 Vers une typologie des ports-base qui desservent la Caraïbe

De la même façon que les ports d'escale qui s'ouvrent à la croisière doivent offrir les commodités d'accueil aux navires de croisière et à leur clientèle (Desse, 2007), de même qu'ils doivent construire la mise en scène de leur ville ; les ports-base doivent aussi présenter une vitrine d'accueil afin d'accueillir les clients prêts à embarquer et à débarquer des circuits de croisière.

Les ports-base se différencient par le nombre d'escales qui y sont organisées, le nombre de navires basés, c'est-à-dire ceux qui organisent leurs circuits de croisière à partir de ces ports-base. Ces éléments nous permettent de les classer selon le nombre d'escales programmées sur une saison, ou encore le nombre de bateaux basés à quai.

Dans la mesure où à chaque port-base, ou à chaque ensemble de ports-base, dépend une zone de navigation principale de circuits de croisière, les ports-base les plus représentatifs à l'échelle mondiale, ceux qui effectuent le plus de départs de croisière sont ceux où sont enregistrés les maximas de croisiéristes, c'est à dire, les ports-base de la Floride, pour des croisières en Caraïbe, à Venise et Barcelone, pour des croisières méditerranéennes, Seattle et Los Angeles, pour des croisières dans le Pacifique ; enfin les ports-base de Vancouver au Canada pour des croisières émergentes vers l'Alaska.

La capacité d'accueil des complexes hôteliers dépend évidemment de l'importance de l'activité croisière sur le territoire, et là encore les territoires de la péninsule floridienne font office d'exemples en la matière. Avec près de 2 millions de lits disponibles en 2012 (miami-dade country, 2012), les régions où se situent les ports-base de Miami, Port Canaveral et Fort Lauderdale représentant plus de 40 % de la capacité d'hébergement mondiale (on atteint les 50 % en rajoutant Los Angeles) (CLIA, 2012).

Cette prédominance reste l'un des principaux facteurs déterminants dans le choix de notre étude.

Chaque port-base possède une stratégie de développement qui lui est propre. Les destinations touristiques se spécialisent, elles s'orientent vers des clientèles aisées ou de masse, des complexes touristiques de grande envergure ou des structures plus petites et plus complexes pour attirer une clientèle différente. Il en est de même pour les ports-base, ils se spécialisent, se complexifient, établissent leur stratégie de développement de façon plus ou moins prononcée vers le secteur de la croisière.

A partir des données existantes auprès des ports-base, un profil a été établi pour déterminer l'implication plus ou moins importante de ces derniers dans le secteur de la croisière (cf. Tableau 15), plusieurs indicateurs sont alors pris en compte pour classer les ports-base et leur degré d'influence en ce qui concerne les circuits dans la Caraïbe.

Deux indicateurs sont étudiés et corrélés, le nombre de navires basés et la spécialisation du port. Le nombre de navires basés, c'est-à-dire ceux qui sont hébergés par un des terminaux du port, indique sur la capacité d'accueil du terminal en question. Le nombre de navires basés est une donnée, à notre sens, plus pertinente que le nombre de compagnies dans la mesure où ce dernier n'est que très peu significatif quant à la capacité d'accueil du port. Ensuite la spécialisation indique les activités du port, et la part de chacune de ces activités dans le développement global du port. C'est-à-dire, la place qu'est donné à chacun dans l'ensemble des activités du port. Ainsi, les orientations stratégiques du port révèlent dans certains cas que le développement de l'activité d'import/export se fait au détriment de l'activité de croisière par exemple ; l'inverse est aussi possible. Il s'agit là d'un élément de réponse sur la prédominance des ports-base et l'intérêt des compagnies.

Tableau 15— Hiérarchisation et spécialisation des ports-base nord-américains et caribéens (situation sur la saison 2012/2013 selon le nombre de navires basés).

Ports-base	Nombre de navires basés	Spécialisation
Miami	25	90 % croisière, 10 % import/export
Fort Lauderdale	23	30 % base militaire, 30 % import/export, cargo 30 % croisière
Cape Liberty / New York	12	40 % croisière 60 % import/export, cargo
Port Canaveral	8	85 % import/export, cargo 15 % croisière
San Juan	8	30 % base militaire 30 % import/export, cargo 30 % croisière
Tampa	7	100 % croisière
Nouvelle Orléans	6	80 % import/export, cargo 20 % croisière
Galveston	4	70 % croisière 30 % import/export, cargo
Fort de France	4	60 % import/export, cargo 30 % ferry, 10 % croisière
Pointe à Pitre	4	60 % import/export, cargo

		30 % ferry, 10 % croisière
Houston	3	50 % croisière 50 % import/export, cargo
Baltimore	2	80 % import/export, cargo 20 % croisière
Jacksonville	1	30 % import/export, cargo 30 % ferry 30 % croisière
Boston	1	75 % import/export, cargo 25 % croisière

Source : sites officiels des ports-base concernés

Le pourcentage de spécialisation indiqué dans le tableau est fonction des flux de cargo, de navires militaires et de navires de croisière qui transitent dans les ports en question. Les ports-base développés et aménagés pour la seule activité de croisière, ont davantage l'opportunité d'héberger des compagnies étant donné que l'essentielle, voire la totalité de l'activité y est consacrée. L'exercice est d'autant plus difficile lorsque l'espace réservé à l'activité portuaire doit être partagé entre entreposage de container, activité militaire d'import-export et transport maritime.

Les ports du golfe du Mexique, Houston, Galveston et surtout la Nouvelle-Orléans, utilisent le fleuve Mississippi et le réseau ferroviaire qui desservent une grande partie du sud des Etats-Unis, pour se placer comme étant les portes d'entrée des produits d'import/export de et vers la Caraïbe, et plus largement l'arc de l'Amérique centrale. Ainsi, très peu de place est laissée à l'activité de croisière. Le port de la Nouvelle-Orléans, qui avec le port de la Louisiane du Sud et celui de Baton Rouge, constitue le plus grand ensemble portuaire des Etats-Unis, s'étend sur plus de 86 kilomètres.

Selon les autorités spécialisées dans les statistiques portuaires dans le monde (AAPA : *American association ports authorities*, ESPO : *European sea ports organization*) , les ports de la Nouvelle-Orléans et de Houston qui se placent respectivement à la treizième et seizième place du classement des ports mondiaux en terme de tonnes de marchandises transportées, sont les premiers ports américains du classement avec respectivement 241 millions et 229 millions de tonnes de marchandises (AAPA, 2013). Suivent ensuite, le port de New York (123 millions de tonnes) à la vingt et unième place, celui de Los Angeles à la soixante-quatorzième avec 57 millions de tonnes de marchandises et celui de Baltimore à la cent quatrième avec 36 millions de tonnes transportées (AAPA, 2013).

Le port de New York quant à lui a toujours été le port d'entrée de l'interface maritime de la côte Est des Etats-Unis, c'est cela est encore plus vrai aujourd'hui avec le développement de la mégalopolis Boswash (cœur économique et capitale politique des Etats-Unis qui s'étend de Boston à Washington).

Si historiquement, l'activité portuaire qui prédomine à New York est celle de l'import/export, il en est de même avec le tourisme, et plus particulièrement avec la croisière, à Miami.

Miami est le berceau du tourisme de croisière aux Etats-Unis, ceci est d'autant plus vérifiable quant à la prédominance de l'activité sur le port. On estime à 90 % le taux d'activité réservé à la croisière sur le port, les quelque 10 % restant sont essentiellement liés à l'import/export, qui une fois de plus est en étroite relation avec l'activité de croisière. Il s'agit bien souvent de denrées alimentaires embarquées sur les navires à quai ou de matériaux nécessaires à leur entretien.

A l'inverse, le tableau ci-dessous se place du point de vue non des ports-base, mais des compagnies de croisière et reprend les quelques stratégies appliquées par ces dernières (cf. Tableau 16).

Tableau 16— Les ports-base et compagnies de croisière à destination de la Caraïbe

Compagnies de croisière	Nombre de ports-base concernés	% de navires engagés dans la Caraïbe par rapport à la flotte totale de la compagnie	Nombre total de navires par compagnie	Nombre moyen de navires/port-base
Royal Caribbean International	9	77	21	1,8
Carnival Cruise Line	9	87	24	2,3
Norwegian Cruise Line	6	58	13	1,3
Celebrity Cruise Line	5	63	11	1,4
Disney Cruise Line	4	100	4	1
Princess Cruise Line	3	41	18	2,3
Costa Croisière	3	28	15	1,3
Holland America	2	66	15	5
MSC	1	7	12	1

Source : compagnies de croisière, www.cruisemarketwatch.com

En ce qui concerne les croisières de la Caraïbe, les compagnies choisissent d'investir, de façons différentes, les ports-base à disposition, afin d'organiser leurs départs de croisière. Deux profils stratégiques sont adoptés, celui des compagnies qui investissent plusieurs ports-base en relation avec les circuits effectués ; c'est-à-dire que ces compagnies, telles que Carnival Cruise Line ou encore Royal Caribbean Cruise Line, affectent des circuits au départ de ports-base selon l'orientation géographique de ces derniers. Les ports-base de la côte sud des Etats-Unis seront sollicités pour des croisières principalement localisées dans l'Ouest caribéen, ceux de la côte Est, pour des croisières dans l'Est caribéen, laissant ceux de la péninsule floridienne pour des circuits tous azimuts, sans distinction de destination.

S'en suivent les compagnies de croisière qui ne sont rattachées qu'à un très faible nombre de ports-base, quels que soient les circuits auxquels sont destinés les navires ; c'est le cas par exemple de la *Princess Cruise Line* qui héberge ses navires à Fort Lauderdale ou à Houston, ou à la *Holland America*, qui ne se situe qu'à Fort Lauderdale et Tampa en Floride. Cette analyse ne se base que sur une valeur d'observation géographique et n'intègre aucune dimension économique.

Depuis 2013, la compagnie MSC propose trois ports-base pour des circuits dans la Caraïbe Miami en Floride, Fort-de-France en Martinique et Pointe-à-Pitre en Guadeloupe. La réalité est que ces deux derniers ports-base ne sont proposés comme tel qu'aux seules clientèles de locaux partant en croisière. Une fois l'interrogation soulevée, il est compréhensible, au regard des conditions nécessaires, que les infrastructures d'accueil portuaire et aéroportuaire, et d'hébergement de ces deux territoires soient largement insuffisantes actuellement pour prétendre à la responsabilité d'un tel statut.

Enfin, au regard du tableau, il est manifeste que l'affectation des navires de croisière ne répond pas à une logique mathématique de distribution spatiale parfaite, c'est-à-dire que les compagnies de croisière n'affectent pas le même nombre de navires sur l'ensemble des ports-base qu'elles utilisent. Il s'agit d'une stratégie d'implantation des compagnies de croisière où elles choisissent parmi les ports-base disponibles. Une première analyse pourrait faire ressortir que les compagnies de croisière sont attirées par un aspect principal, la situation géographique, Miami est à proximité des premières destinations de croisière telles que les Bahamas, les îles vierges et toutes les destinations du golfe du Mexique. Mais c'est aspect doit fondamentalement être accompagné du fait que le port de Miami réserve une bonne partie de son espace portuaire à l'activité de croisière, du stationnement des bateaux aux zones de chargement en passant par les bureaux administratifs des compagnies.

Néanmoins, cette moyenne arithmétique doit être nuancée, elle ne prend en compte que les navires qui effectuent des croisières dans la Caraïbe au départ des ports-base cités ; la majeure partie des compagnies qui constituent notre échantillon affecte une grande partie de leur flotte à la destination Caraïbe, ceci est vérifiable à la fois au sein de *Royal Caribbean International* (77 % soit 16 navires sur 21), la *Norwegian Cruise Line* et *Holland America* (66,6 %, soit 9 navires sur 15), la *Celebrity Cruise Line* (63,6 % soit 7 navires sur 11) ; ce fait est encore plus marquant – et plus marqué – pour les compagnies *Carnival Cruise Line* (87,5 % soit 21 navires sur 24) et *Disney Cruise Line* qui consacre ses quatre navires, 100 % de sa flotte à des croisières caribéennes.

D'autres compagnies en revanche n'orientent qu'une faible, voire infime part de leur flotte globale vers le marché caribéen : *Princess Cruise Line* (41,17 % soit 7 navires sur 18), *Costa Croisière* (28,57 % soit 4 navires sur 15) et *MSC* (7,7 % soit 1 navire sur 12).

Ainsi, même lorsqu'ils ne sont pas en grand nombre la prédominance des ports-base de la péninsule floridienne est tout de même remarquable. Sur les neuf ports-base concernés par les croisières caribéennes de la compagnie *Carnival Cruise Line* cinq sont floridiens, quatre en ce qui concerne la compagnie *Royal Caribbean International*. Pour les autres compagnies, même si cette prépondérance n'est pas notable, le port-base de Miami est toujours mis en avant et se retrouve parfois même seul port-base de la compagnie.

L'analyse, à la fois, du nombre de navires basés, de la spécialisation du port (prédominance des activités d'import/export, de croisière ou encore militaire) permet de classer ces différents ports et d'en faire émerger une classification en quatre catégories des plus importants aux ports-base en marge.

Un simple découpage en zones géographiques ne suffit pas à distinguer les différents ports-base desservant les circuits de la Caraïbe. Les capacités d'accueil des ports-base, le nombre d'escales programmées, la plus ou moins grande importance des lits mis à disposition pour les croisiéristes en transit, sont autant d'éléments qui permettent d'une part de différencier ces ports-base, mais aussi, et surtout de les regrouper par aspect de ces critères. Une fois cartographier, il y est plus aisé de qualifier ses ports-base et de les répertorier par type. La typologie des ports-base a pour objectifs de comprendre et faire comprendre les connexions et interrelations qu'ils entretiennent avec les territoires.

En reprenant le nombre de circuits organisés au départ de chacun des ports-base des Etats-Unis, il en ressort une classification hiérarchisant les ports-base selon leur activité de croisière.

La série de cartes qui suit définit le classement des ports-base, du plus important au moins important avec des regroupements quand ils sont de mêmes tendances.

a. Les ports-base les plus importants

Excepté le port-base de Miami, qui se trouve être le plus important de la région, quatre ports-base font office de moteur en terme d'hébergement de navires, d'engagement de circuit dans la Caraïbe et de prise en charge de passagers : Port Canaveral et Fort Lauderdale dans la péninsule floridienne, Galveston sur la côte sud des Etats unis et New York sur la côte Est (cf. Carte 15). Même s'ils n'engagent pas le même nombre de navires basés, c'est quatre ports-base forment plus de la moitié des passagers embarqués, quand le port-base de Miami en représente à lui seul un peu plus de 20 %.

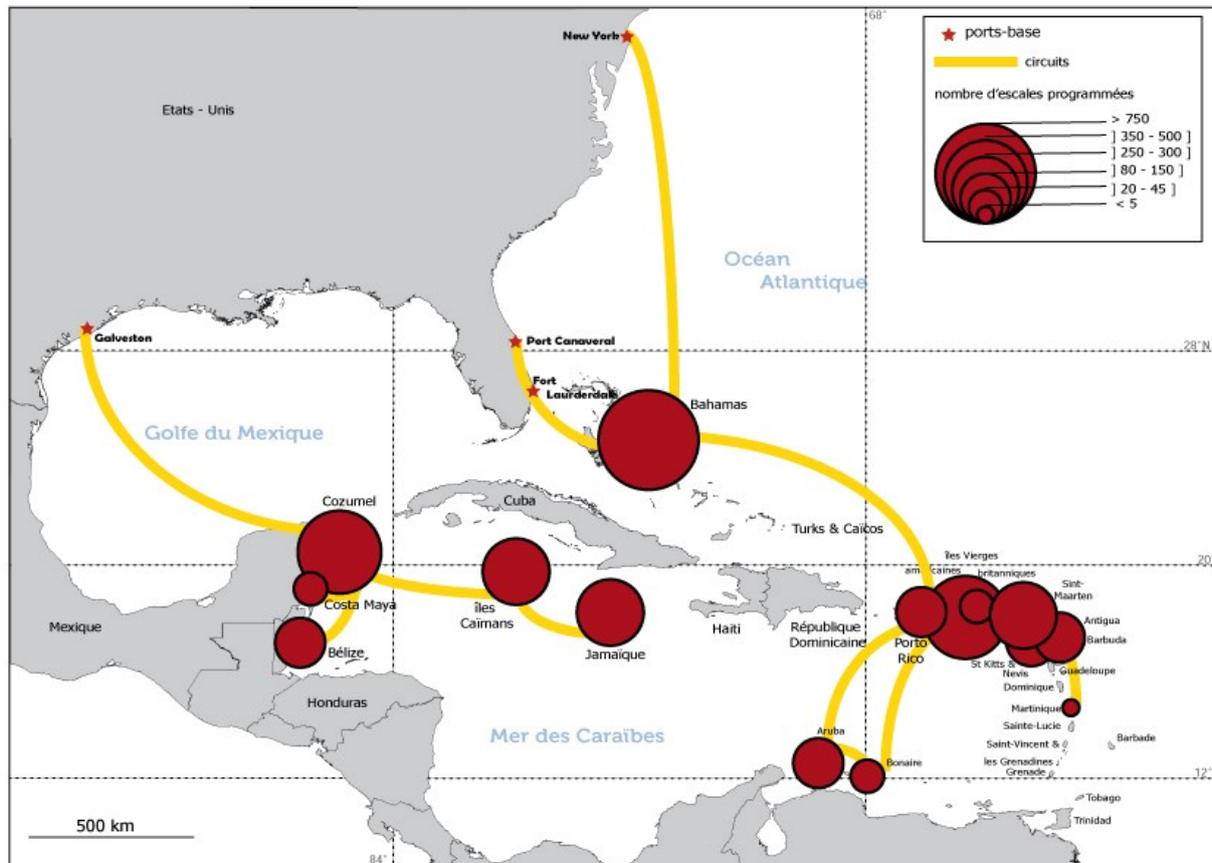
En analysant à la fois le nombre de navires basés, les circuits prévus et le nombre de passagers embarqués, il est possible de terminer un certain profil du champ d'action des navires à partir de ces ports-base. Ce qui revient à tenter d'expliquer dans quelles mesures le port-base de Galveston qui n'a que 4 navires basés et engage plus de 600 000 passagers fait aussi bien, sinon mieux que le port-base de New York qui possède une douzaine de navires basés. La réponse se trouve essentiellement dans la fréquence des départs de circuits, c'est-à-dire la durée de séjour des navires en mer. En effet, Galveston, très proche de la Caraïbe de l'Ouest propose des croisières courtes de 5-6 jours dans cette zone, ce qui permet de faire plusieurs rotations dans une semaine ; New York en revanche, plus éloignée, tend à proposer des croisières longues de 8 à 10 jours.

Les circuits new-yorkais sont beaucoup plus diversifiés, et montrent cependant une nette orientation vers les destinations de l'Est caribéen. Labadee, territoire de la *Royal Caribbean International*, reste cependant au cœur des circuits, tout comme *Half Moon Cay*, île privée de la compagnie *Carnival Cruise Line*.

Les croisières courtes, voire très courtes (inférieures à 5 jours), c'est ce qui permet aux ports-base de Fort Lauderdale et de Port Canaveral d'enregistrer des flux aussi élevés de passagers ; plus d'un million de passagers embarqués chacun en 2012.

Le port-base de Galveston quant à lui effectue des circuits beaucoup plus diversifiés en termes de destinations. Elles y sont plus nombreuses, et pas uniquement ciblées sur la Caraïbe de l'Ouest. Le champ d'action de Galveston est plus étendu, et certains circuits, minoritaires par rapport aux autres, s'invitent aux Bahamas.

Carte 15- Profil des circuits des ports-base de type 1 (Galveston, Fort Lauderdale, Port Canaveral, New York)



Source : ports-base, 2013 ; compagnie de croisière, 2013

Cependant, la prédominance des circuits à destination de Cozumel peut être interprétée, au regard de cette carte, comme un passage obligatoire, une première destination des croisières qu'elles soient sur les rivages latino-américains, de la Jamaïque ou encore des Bahama.

Enfin, les circuits au départ de New York/Cape Liberty concernent tout l'espace caribéen, des Bahamas aux Antilles néerlandaises, en passant par les petits territoires insulaires de la Caraïbe du Sud.

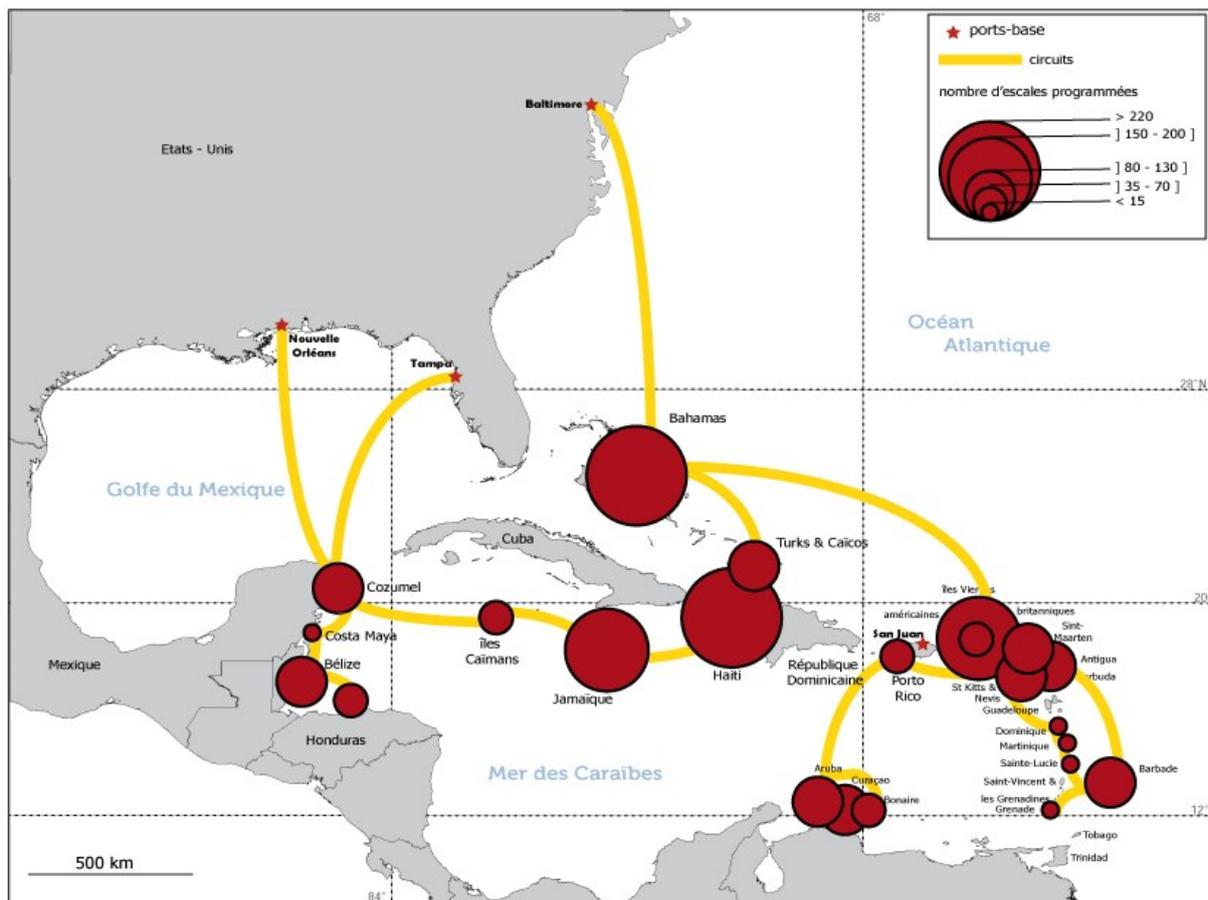
b. Les ports-base de moyenne importance

Dans une échelle décroissante en terme d'importance, les ports de la Nouvelle-Orléans, Tampa en Floride, Baltimore et San Juan à Porto Rico se trouvent au second rang du classement. L'activité de croisière y tient une part beaucoup moins importante au détriment du militaire ou de l'import/export. Leur position par rapport à d'autres ports beaucoup plus importants est un élément explicatif quant à l'aspect secondaire de l'activité de croisière. Le port de Tampa par exemple est soufflé par l'écrasante activité du port de Miami et de celui de

Fort Lauderdale. De même que celui de Baltimore doit rivaliser avec l'activité du port de New York (cf. Carte 16).

Trois ports-base sont en activité au sud des Etats-Unis : Houston, Galveston et celui de la Nouvelle-Orléans. Ils n'effectuent pas les mêmes circuits, mais le schéma d'ensemble de ces derniers montre clairement une orientation prononcée vers l'Ouest caribéen.

Carte 16— Profil des circuits des ports-base de type 2 (Nouvelle Orléans, Tam Baltimore, San Juan).



Source : ports-base, 2013 ; compagnie de croisière, 2013

Le port-base de la Nouvelle-Orléans est celui qui montre le plus de diversification en terme de destination, mais c'est aussi celui qui va le plus loin dans l'espace caribéen concerné.

En effet, même si Cozumel, au même titre que les autres ports-base, est la première destination croisière, le port-base de la Nouvelle-Orléans organise des circuits, aussi minimes soient-ils, à destination des Bahamas (dans deux destinations différentes de l'archipel), et beaucoup plus à l'Est dans les îles vierges américaines.

Ce port-base n'est à nul autre pareil de la côte Sud étatsunienne, il incarne par le profil de ses circuits la multiplication des destinations et l'élargissement du champ d'action des croisières. Cela permet d'émettre l'hypothèse intrinsèque que les destinations diffèrent au même rythme que les clientèles.

Les ports-base de la côte Est des Etats-Unis ont cette particularité première d'être très éloignés des premières destinations de la Caraïbe, plus de 1 600 kilomètres séparent le port-base de Baltimore à la première escale de Nassau aux Bahamas.

Les circuits au départ du port-base de Baltimore se concentrent sur des destinations plus proches, mais aussi, et surtout incluent largement des destinations privées appartenant aux compagnies de croisière et localisées aux Bahamas ou encore en Haïti.

Ces croisières sont localisées à l'Ouest et à l'est de la Caraïbe et ne concernent aucune destination du sud de la Caraïbe.

Le port de San Juan à Porto Rico permet à 6 compagnies (*Carnival Cruise Line, Celebrity Cruises, Princess Cruise, Royal Caribbean International, Seadream Yacht Club* et la *Silver Cruises*) d'effectuer des voyages, pour la plupart à destination de la Caraïbe du Sud. Nous sommes là, loin des grands flux d'une vingtaine de paquebots à quai comme nous l'avons vu à Miami ou encore à Port Everglades, puisque que le port-base de San Juan a une capacité d'accueil de 4 navires simultanément.

En 2009 près de 507 000 personnes ont débuté une croisière au départ de San Juan, c'est 12,7 % de moins qu'en 2005 (source CLIA, 2010).

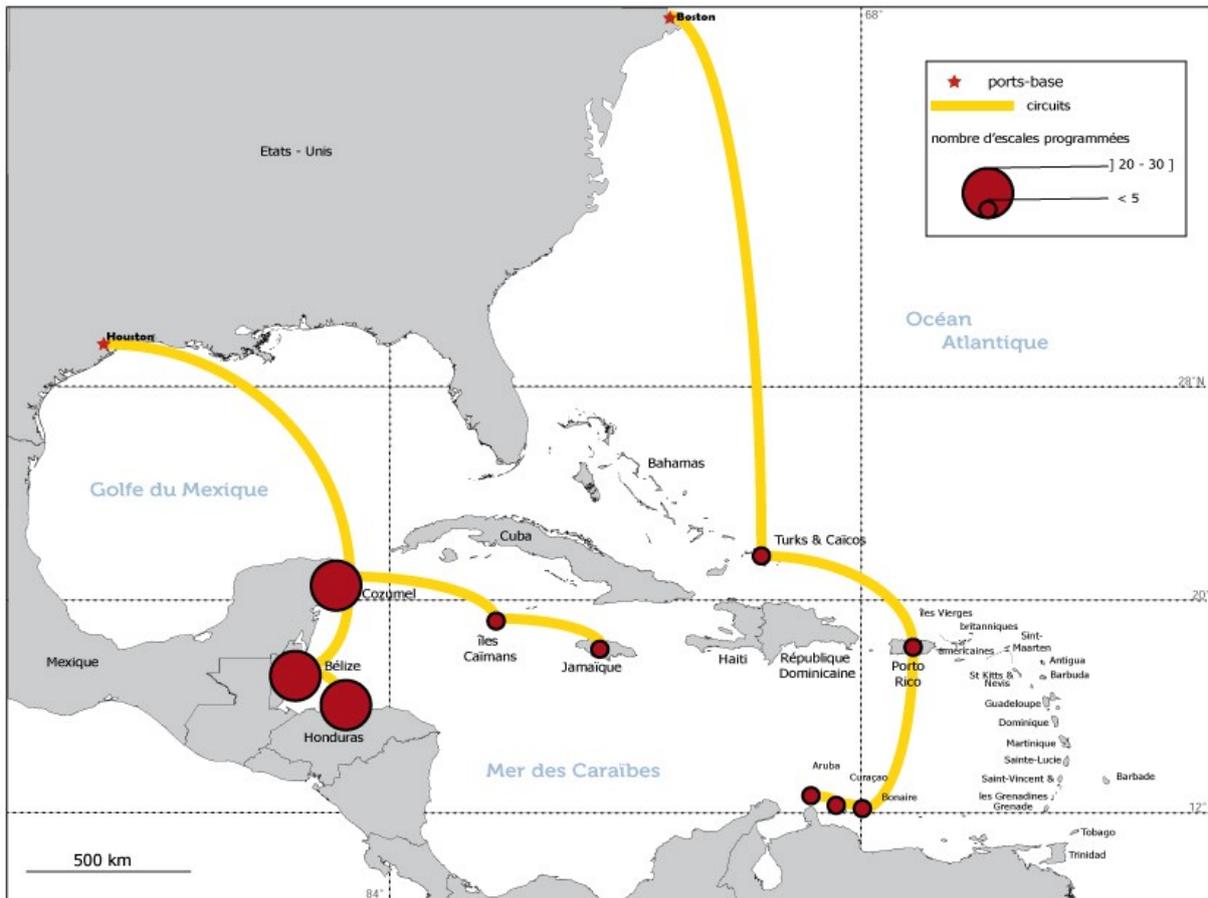
c. Les ports-base les moins importants

Le port-base de Boston le plus septentrional, propose des circuits aux trajectoires diamétralement opposées, certaines vont vers la Caraïbe de l'Ouest et d'autres vers l'est puis le Sud caribéen.

Ainsi, les flux sont en vision inversée, c'est-à-dire que les circuits qui démarrent par Cozumel au Mexique sont plus importants, donc le trait qui correspond est plus épais, mais que ces flux ont tendance à se dissoudre dans l'espace. A l'inverse, les circuits, dont la première destination est San Juan, sont moins nombreux que les départs précédents, mais se concentrent sur six destinations cibles des îles vierges américaines aux Antilles néerlandaises.

Les circuits des ports-base de Baltimore et de Boston se complètent dans le sens où, même si les deux infrastructures intègrent largement la Caraïbe de l’Ouest dans leur programmation, ils offrent une seconde possibilité en ouvrant des circuits à la fois vers l’Est caribéen, mais aussi, et surtout vers des destinations d’extrême sud des Antilles néerlandaises.

Carte 17- Profil circuit des ports-base de type 3 : Houston et Boston



Source : ports-base, 2013 ; compagnie de croisière, 2013

Le port-base de Houston n’est concerné que par les circuits de la côte du Mexique et ses deux territoires voisins du Belize et du Honduras : les îles de la Baie sont un ensemble de trois îlots appartenant administrativement au Honduras.

Ces terminaux de croisière ont la particularité de n’avoir que très peu d’escales sur un très petit nombre de destinations avec en tout et pour tout deux compagnies qui desservent ces escales (cf. Carte 17). De plus, les escales sont ciblées sur la Caraïbe de l’Ouest et de l’Est, quelques escales dans la Caraïbe du Sud, mais rien de programmé aux Bahamas, même pas sur les îles privées.

d. Les ports-base en marge

Les destinations de la Caraïbe du Sud sont en marge des grands flux du reste de la région. Aujourd'hui encore, la distance par rapport aux ports-base est une réponse avancée quand il s'agit d'expliquer les fréquentations de croisiéristes dans cet espace. Stratégiquement, et en considérant que les compagnies de croisière affectent leurs navires en fonction de la distance parcourue entre les destinations et le port-base (dans la perspective d'une économie de carburant), il serait plus aisé pour celle-ci de redéployer certains de leurs navires sur des ports plus proches tels que Pointe-à-Pitre en Guadeloupe et Fort-de-France en Martinique.

Depuis l'expansion de l'activité dans le milieu des années 1990, nous sommes véritablement face à une volonté d'ouverture de ces ports-base à l'espace caribéen et particulièrement aux Petites Antilles, vers le tourisme de croisière. Cependant la réalité est toute autre.

Les terminaux de croisière de Fort-de-France en Martinique, et de Pointe à Pitre en Guadeloupe, ouvertures sur les circuits de la Caraïbe du Sud, ont une activité à double niveau. Ils sont, contrairement aux ports-base précédents, à la fois port-base et port à destination. Ils doivent donc offrir des infrastructures d'hébergement suffisantes pour accueillir les clients en transit et des aménagements portuaires permettant le stationnement des navires au départ.

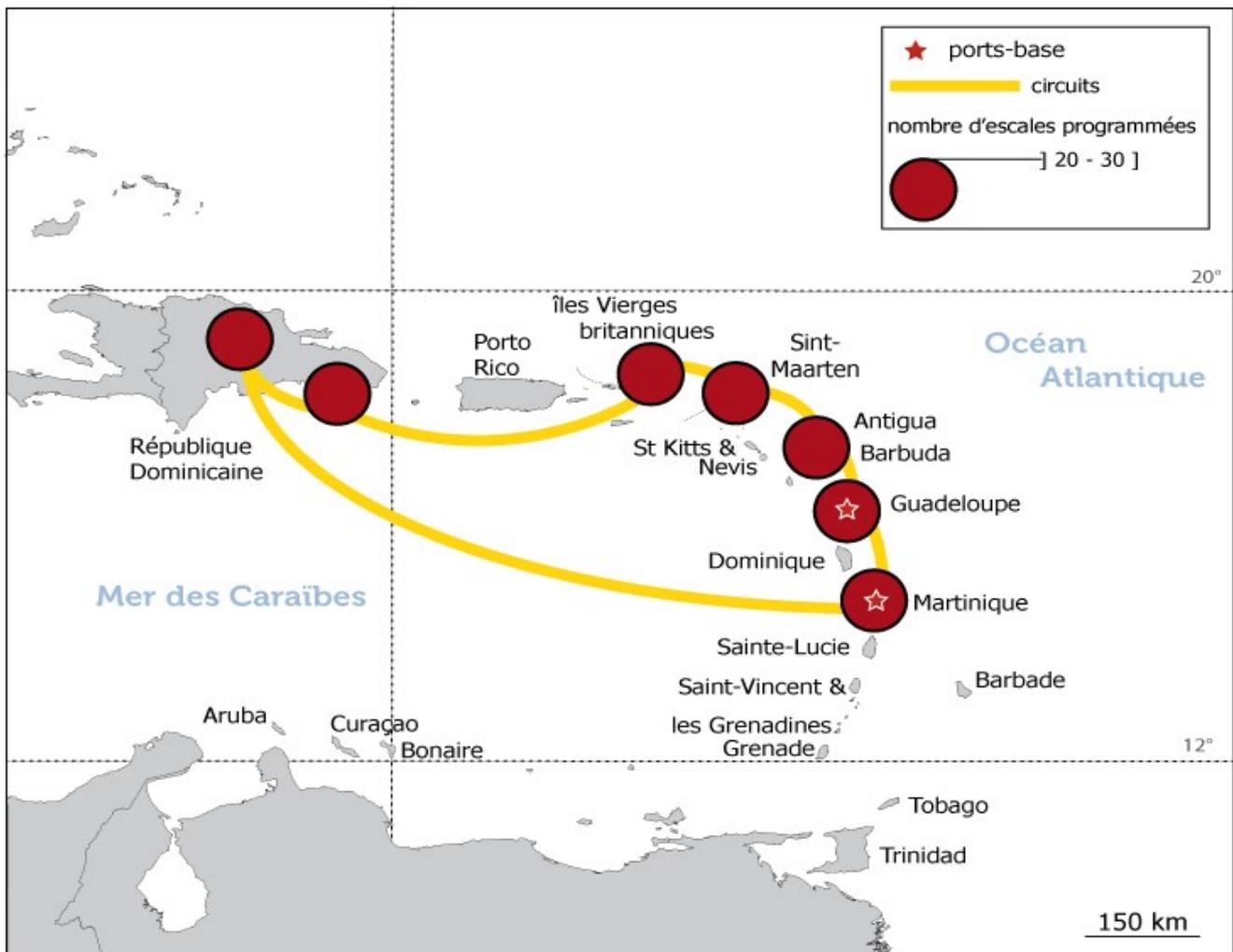
Les croisières au départ de Pointe-à-Pitre et de Fort-de-France adoptent un mode de circuit qui leur est propre, ce sont les seuls ports-base à effectuer ce genre de manœuvre : ils intègrent deux ports-base à leurs circuits (cf. Carte 18). En effet ces deux ports-base, qui se positionnent de ce fait comme port-base et port à destination se retrouvent sur les mêmes circuits, souvent à une journée d'intervalle. Ainsi, les clients sont invités à embarquer en Martinique dans un premier temps, puis en Guadeloupe.

Cette double spécificité est sûrement due au regain des populations françaises de la Caraïbe pour les circuits de croisière et aux désirs des administrations au service du tourisme de ces îles franco-caribéennes de faire revivre la croisière et de s'appuyer davantage sur cette niche touristique qui viserait à accroître les flux de croisiéristes européens sur les deux départements.

Fort-de-France a aménagé son front de mer afin de se positionner en tant que ports-base et port d'escale ; seulement, pour être port-base, même à une échelle aussi réduite que celle de la Martinique (1 100 km² environ), un certain nombre d'aménagements, routiers et aéroportuaires principalement, doivent être mis en place pour assurer de façon efficace et efficiente l'acheminement des passagers dans un sens ou dans l'autre vers le port-base en

question. Selon nous, ce système de circuits fermés vise avant tout à intégrer les résidents des Antilles françaises sur les circuits caribéens. L'apport de clients pendant l'escale, et donc leur embarquement, est autant de voyageurs qui seront comptabilisés dans les flux locaux de croisiéristes. Cependant le très faible nombre de bateaux effectuant ce genre de circuits ne permet pas de voir une augmentation significative des flux de croisiéristes sur le territoire.

Carte 18- Profil circuits des ports-base de type 4 : Fort-de-France, Pointe à pitre.



Depuis novembre 2012, et ce pour une saison jusqu'en avril 2013, la compagnie *Royal Caribbean International* a mis son navire *Brilliance of the Seas* en tête de ligne du port autonome de Pointe-à-Pitre en Guadeloupe. Une perspective de renouveau pour ce terminal de croisière, ne plus considérer les Petites Antilles comme une entité à part entière de la Caraïbe, mais véritablement comme un bassin ; le champ d'action n'est alors pas le même, il est beaucoup plus vaste et plus diversifié.

En conséquence, si la problématique centrale reste celle de la distance elle trouve ici réponse. D'un autre côté, il faut veiller à ce que les structures portuaires et aéroportuaires soient appropriées pour accueillir un tel marché.

Le fait de reconsidérer l'espace des Petites Antilles permet de restructurer tout le système croisière. La redéfinition d'un tourisme de croisière, dans le cadre d'un système à dimension de bassin, permet de favoriser et de multiplier, non seulement les ports-base, mais aussi, les destinations qui sont desservies.

Notre analyse se heurte cependant aux limites des capacités d'accueil de ces petits territoires, mais aussi à la rapide congestion du réseau. Il faudrait pour éviter cela qu'il y ait une grande amplitude des circuits avec une spécification de chacune des compagnies sur des destinations précises pour une durée précise. Cependant, l'intégration des destinations de la Caraïbe de l'extrême Sud (Aruba, Curaçao, Bonaire) et de celle de la côte de l'Amérique centrale semble intéressante. La proximité du Canal du Panama est un atout dans cette diversification.

Conclusion

Les ports-base sont en charge de trois grandes étapes dans la prise en charge des clientèles de croisière. La première d'entre elles est la réception des clients qu'ils utilisent les infrastructures routières, ferroviaires ou aéroportuaires. La ville ou la région où se trouve un port-base doit être équipée de façon suffisante et efficiente de sorte à pouvoir répondre à un éventail aussi large que possible de client. La seconde étape est l'acheminement, c'est celle qui consiste à prendre en charge le croisiériste de son lieu d'arrivée, la gare ou l'aéroport, et de l'emmener à son lieu d'embarquement, s'il prend son départ de croisière le jour même de son arrivée. Sinon, le croisiériste est pris en charge pour une nuit sur le territoire. Dans ce cas, le territoire doit aussi avoir des structures d'hébergement suffisantes pour accueillir les flux de croisiéristes qui s'installent de façon très ponctuelle. Plus encore que l'hébergement, des éléments tels que la restauration et/ou le divertissement (boîte de nuit, casinos) viennent s'ajouter à la prise en charge du client. La dernière est celle du réacheminement une fois la croisière effectuée.

Le port-base de Miami et tout l'aménagement urbain qui l'entoure proposent des conditions idéales pour le développement de l'activité. Et pour résultats, ce port-base figure au premier rang mondial en terme de flux et d'hébergements spécifiques, il s'ouvre aussi très largement à la zone géographique qu'il dessert, puisse qu'il propose des circuits incluant l'ensemble du bassin caribéen. Les autres structures portuaires, même si moins sollicitées, ne sont pas en reste et se spécialisent davantage sur des zones géographiques plus ciblées au sein du bassin caribéen. Le tableau ci-dessous synthétise et regroupe les ports-base qui desservent la Caraïbe selon leur ordre d'importance (cf. Tableau 17).

Tableau 17— Typologie des ports-base desservant les circuits de la Caraïbe

Type	Caractéristiques
	La principale caractéristique qui distingue les ports-base selon leur importance est le nombre de circuits qui sont organisés à partir de ces ports. Ensuite, l'importance et la diversité des structures routières, autoroutières et ferroviaires, toutes celles qui permettent l'acheminement des clientèles sont aussi des déterminants quant à la distinction des ports-base. Les aéroports, où du moins, les dessertes aéroportuaires sont aussi des déterminants quant à la classification des ports-base, puisque c'est eux qui permettent l'ouverture de la région à une clientèle, régionale, nationale ou internationale.
Type 1	Les ports-base qui figurent dans cette catégorie (Port Canaveral, Fort Lauderdale, New York et Galveston) comptabilisent plus du quart de l'activité mondiale de

	croisière. Ils hébergent également un grand nombre de navires. Le seul port-base de Fort Lauderdale héberge 23 navires. L'importance de ces ports-base, et leur place dans chacun des types précédemment édités sont aussi du fait de l'activité globale de la région où ils résident. En effet, l'activité de Fort Lauderdale est d'autant plus remarquable qu'il se trouve à proximité du premier port-base mondial qu'est Miami. Alors que New York est le plus important dans la région nord-est des Etats-Unis qui ne compte que deux ports-base.
Type 2	Ce second type regroupe essentiellement les ports-base qui sont plus éloignés du centre névralgique de la Floride, et font office de moteur de l'activité de croisière dans la région. Les ports-base de Tampa, de la Nouvelle-Orléans, de San Juan et de Baltimore organisent près de 10 % de l'activité mondiale de croisière. L'activité de croisière n'est pas dominante dans l'activité portuaire globale de la région.
Type 3	Ce sont des ports-base en marge de l'activité de croisière en ce qui concerne l'ensemble du territoire américain. Ce secteur n'est réellement pas une priorité et n'engage que des clientèles spécialisées sur des distances relativement courtes ou avec des escales réduites.
Type 4	Ces ports-base sont en marge de l'activité de croisière régionale et internationale. Ils ne sont même pas représentatifs à 1 % de l'activité mondiale et n'accueillent qu'un nombre restreint de navires sur des périodes écourtées par rapport à celles opérées aux Etats-Unis par exemple. La saison de croisière en Martinique dure de novembre à avril alors que celle au départ de Fort Lauderdale par exemple s'étend sur l'année civile.
Type	Ports-base
	Miami
Type 1	Port Canaveral
	Fort Lauderdale
	New York
Type 2	New Orléans
	Tampa
	San Juan
Type 3	Boston
	Houston
	Galveston
	Baltimore
Type 4	Fort de France
	Pointe-à-Pitre

Au même titre que les ports-base, les ports d'escale ceux qui accueillent les navires à destination, sont aussi concernés par des aménagements spécifiques permettant une certaine fluidité dans l'acheminement et la prise en charge des clientèles au sol.

Le chapitre suivant permet d'avoir une vision plus précise des enjeux autour de ces aménagements.

Chapitre 5 — Les territoires de la croisière

Les îles de la Caraïbe doivent constamment s'employer à présenter les infrastructures portuaires les plus efficaces au regard de ces navires toujours plus imposants, et les investissements à supporter sont alourdis par le gigantisme des navires. La plupart des ports des Caraïbes ont été conçus pour recevoir des navires dont la taille était généralement inférieure à 150 mètres. Des aménagements de nouveaux ports en eaux profondes, consacrés à la croisière, sont indispensables (Dehoorne et *al*, 2009).

Cependant, le vrai défi est l'optimisation de leur résultat pour que les investissements en matière d'aménagement portuaire soient acceptables. Mais les retombées économiques sont limitées et la concurrence est rude entre les îles ; les compagnies internationales privilégiant celui qui dispose des meilleurs services aux conditions les moins onéreuses (Logossah 2007).

En dépit de tous ces aspects, ces territoires peuvent-ils négliger la croisière et sa formidable portée en terme d'image ? Chaque destination s'emploie à afficher dans ses campagnes de promotion le poster du bateau de croisière le plus imposant accueilli, comme s'il s'agissait d'un gage de qualité attesté par ces visiteurs d'un jour (Dehoorne et *al*, 2009).

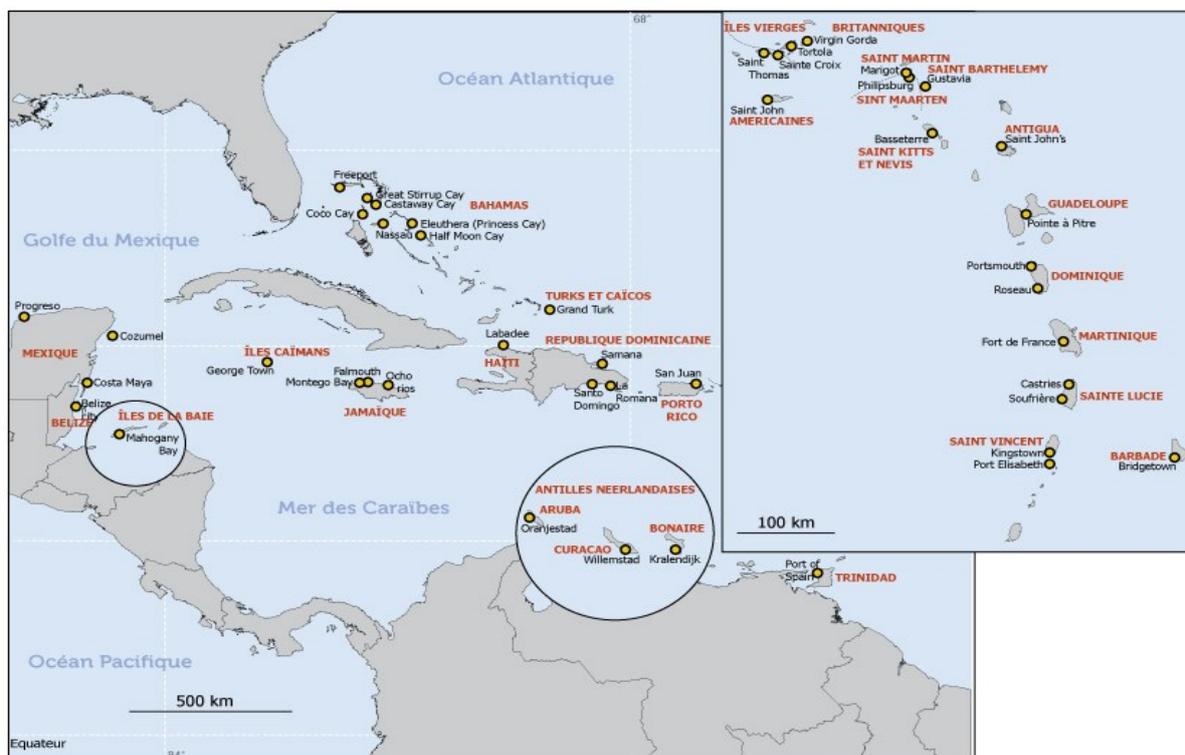
Quelle est la logique de structuration et de construction des ports- d'escale dans la Caraïbe ?

L'analyse des ports d'escale dans la Caraïbe constitue l'objet de ce nouveau chapitre, l'étude se focalise sur leur concept, mais aussi leur logique de construction et leur structuration. Il aboutit sur une typologie qui concerne l'ensemble des ports d'escale de la Caraïbe.

5.1 Les ports- d'escale : concept et définition

La répartition des ports dans le bassin caribéen s'effectue comme suit (cf. Carte 19) :

Carte 19— Les ports d'escale dans la Caraïbe.



Source : Dowling, 2006

1. Les Bahamas, deux ports d'escale de gestion publique et/ou étatique, Nassau et Freeport qui à eux seuls ont engendré près de 20 % des flux de croisiéristes, soit plus de 3,8 millions de voyageurs et 5 escales sur des îles privées appartenant aux compagnies de croisière.
2. La Caraïbe de l'Ouest possède 9 escales 1 aux îles Caïmans à Belize et Roatan (îles de la Baie), 3 au Mexique (Progreso, Cozumel et Costa Maya) et 3 en Jamaïque. C'est port enregistre plus d'un tiers des flux de croisiéristes sur l'ensemble du bassin.
3. Le deuxième tiers est représenté par la Caraïbe de l'Est, 13 ports y son répertoriés pour l'accueil des navires. Cet ensemble a enregistré plus de 6millions d'arrivées de croisiéristes sur la période 2012 (CTO, 2013).

4. La Caraïbe du Sud compte à elle seule deux fois plus de ports à destination que la Caraïbe de l'Ouest seulement il y a deux fois moins de croisiéristes dans le Sud caribéen qu'aux Bahamas [2 399 882 dans l'ensemble du Sud caribéen, 4 434 161 pour les Bahamas en 2010 (CTO, 2013)]. Pourtant c'est dans cet espace que se trouvent le plus de ports à destination, on en compte plus d'une dizaine du sud de Sint Maarten aux îles néerlandaises en passant par Trinidad et Tobago.

La Caraïbe a accueilli plus de 21 millions de croisiéristes en 2013 (CTO, 2013), sur les 25 territoires concernés, 7 passent la barre du million de croisiéristes et les Bahamas, avec plus de 4 millions de croisiéristes représentent à eux seuls plus de 20 % du marché local (cf. carte - 21). Quatre destinations concentrent plus de 50 % des flux de croisiéristes en 2013, les Bahamas avec 4,7 millions de croisiéristes, Cozumel 2,7 millions, les îles Vierges américaines, 1,9 million et Sint Maarten, 1,7 million (CTO, 2013).

5.1.1 Le port d'escale : interface d'un monde virtuel au monde réel.

Le port d'accueil est l'un des points d'amarrage d'un navire de croisière, l'ensemble de ces points forme une continuité, un circuit dont la boucle se termine généralement où elle a commencé, c'est-à-dire au port-base. Les structures d'accueil, dédiées à cette clientèle de croisière sont moins complexes que pour les ports-base ; il n'est pas nécessaire de posséder des hôtels, car les croisiéristes n'ont pas vocation à séjourner dans le lieu. Il s'agit d'un point de passage le temps d'une escale.

Le port d'escale est alors une interface importante, c'est la limite entre l'espace de croisière (là où se trouve le bateau) et la réalité du territoire d'accueil.

Il doit permettre l'accueil des croisiéristes en escale et leur prise en charge pour des excursions ou des visites touristiques. Les limites de la zone portuaire sont plus ou moins étendues selon le pays dans lequel on se trouve ; c'est-à-dire que cette zone, réservée à l'activité de croisière et à l'accueil de cette clientèle croisière, sera soumise à des règles d'aménagement propres à chaque pays. Il existe alors des zones simplifiées où le contrôle y est ponctuel et des zones plus complexes entièrement réservées à l'activité de croisière, jusqu'au territoire entièrement fermé qui ne concerne plus une zone portuaire unique, mais l'ensemble, ou partie d'un pays.

Quoi qu'il en soit, la fonction première d'un port d'escale reste l'accueil des clientèles de croisière puis leur acheminement dans le reste du pays.

Un port d'escale ne voit pas débiter ou s'achever une croisière, mais il s'agit d'un arrêt qu'effectue le navire de croisière selon un circuit déterminé à l'avance ; il n'est donc pas nécessaire d'avoir une structure d'hébergement d'accueil dans la mesure où les passagers des navires ne font qu'une halte de quelques heures sur le territoire. Les structures routières non plus ne sont pas nécessairement ouvertes et accessibles à partir et/ou pour des ensembles ou sous ensembles régionaux. De façon générale, en ce qui concerne la Caraïbe, les territoires d'accueil sont de petites tailles et non pas un champ d'action suffisant pour permettre l'élargissement de leurs voies publiques.

Enfin, la conception du port d'escale, c'est-à-dire son agencement, détermine la prise en charge des clientèles à bord. C'est le point de rencontre entre les populations locales et les croisiéristes ; l'espace qui les sépare de leur navire de croisière et les confronte à la réalité d'un pays.

A la fin des années 1990 et au début des années 2000, les destinations émergentes telles que Cozumel ou Sint Maarten ont fait naître une nouvelle forme des ports d'escale ; ils sont plus fermés et davantage contrôlés. L'espace est exclusivement réservé à la clientèle de croisière et aux prestataires de services qui, soit effectuent les excursions, soit approvisionnent les navires de croisière en marchandises.

Ces logiques de l'enclavement s'observent aussi bien dans le cadre d'un tourisme de masse hôtelier ciblé sur les rivages des îles caribéennes que dans les ports d'escale ou encore dans les navires de croisière, et ce quelle que soit leur taille. Les termes de bulle flottante (Dehoorne, 2006) ou encore de *resort mobile* (Jackson, 2004) désignent cet aspect d'enclavement, à première vue sécuritaire, que l'on connaît dans la construction d'un complexe hôtelier et que l'on retrouve sur les navires de croisière. Les services, les prestations, les équipements sont les mêmes que ceux qu'on peut retrouver dans un complexe hôtelier à la différence près que tous ceux-ci sont présentés dans un navire de croisière.

La notion d'enclavement marquée dans les navires de croisière et poussée à l'extrême dans son fonctionnement n'est que la partie émergée de l'iceberg. En réalité les compagnies de croisière désirent étendre ce sentiment sécuritaire et les organisations régionales chargées de la croisière dans les pays d'accueil aménagent des espaces répondant plus ou moins aux exigences des compagnies. Il s'agit là de la transposition de cet enclavement aux destinations, et en premier lieu aux terminaux de croisière. L'image de la bulle qui protège et encercle les

clientèles à l'intérieur du navire de croisière est prolongée au sol dans la construction et l'agencement du terminal.

5.1.2 Les ports d'escale dans la Caraïbe : positionnement et stratégie de développement

Les cinq premiers ports d'accueil à l'échelle mondiale concentrent un peu plus du tiers des flux mondiaux. Ainsi, les Bahamas, Cozumel (Mexique) et les îles Vierges américaines dans la Caraïbe, Civitavecchia et Barcelone dans la Méditerranée enregistrent plus de 14 millions de croisiéristes en 2013. La prédominance de ces deux bassins régionaux est à l'image de celle des ports-base qui y sont tout aussi importants.

La comparaison des différents flux de croisiéristes à l'échelle mondiale montre une nette prédominance de la Caraïbe (la mer des Caraïbes) avec 34,4 %, s'en suivent la Méditerranée (la mer Méditerranée) avec 21,7 % et l'Europe/Scandinavie (mer du Nord et mer Baltique) avec 10,9 %. A eux trois, ces bassins concernent 67 % des flux mondiaux, soit plus de 30 millions de croisiéristes en 2013 (CLIA, 2013).

Les ports à destination ont évolué dans le temps ; ils se sont multipliés, diversifiés, et adaptés à l'évolution des navires de croisière, plus grands et plus sophistiqués d'année en année (cf. tableau — 9). Ces changements sont notables dans la mesure où du nombre de quais et leurs possibilités d'accueil dépendent les flux de croisiéristes sur un territoire.

Les flux de croisiéristes dépendent entièrement des aménagements portuaires qui sont mis à disposition, plus encore aujourd'hui ou ces aménagements doivent suivre les dimensions, parmi gigantesques, des navires. En 1955, on dénombrait 33 ports d'escale, 35 en 1965, 48 en 1975 et 45 en 1985 (Wilkinson, 2005). Aujourd'hui, on compte plus d'une quarantaine d'escales dans la Caraïbe des côtes mexicaines aux limites barbadiennes.

Les aménagements portuaires y sont aussi divers que variés, certains ports possèdent plusieurs quais d'amarrage (Sint Maarten) tandis que d'autres territoires possèdent eux plusieurs ports d'accueil (Jamaïque).

En 1975, Sint Maarten, destination naissante dans le secteur de la croisière, accueillait 33 068 croisiéristes, en 2010, la destination enregistrait 1 311 959 (CLIA, 2010). Accordons que ceci et dû à l'accroissement de l'activité, à la diversification des destinations, à la multiplication

des circuits, mais retenons également que les infrastructures portuaires de la décennie 70 ne répondraient pas aujourd'hui à ces attentes ; la construction d'un deuxième quai, permettant d'accueillir huit *megaships* en même temps, permet à l'île de « booster » ces chiffres de fréquentation.

Tableau 18— Les escales de croisière par secteur dans la Caraïbe, 1975-2010.

Zone	Escales 1975	Nombre de passagers	Nombre moyen de passagers/escale	Escales 2010	Nombre de passagers	Nombre moyen de passagers/escale
Bahamas	559	481 300	861	790	3 803 122	4 814
Caraïbe de l'Est	1 759	694 500	395	573	4 861 620	8 484
Caraïbe de l'Ouest	667	237 242	355	1 156	5 718 060	4 946
Caraïbe du Sud	945	725 000	767	340	3 769 801	11 087
	3 426	2 138 042		2 859	18 152 603	

Source : CLIA, Wilkinson 2005

Le nombre d'escales n'a pas évolué de façon significative, ce sont les capacités d'accueil qui ont changé et de ce fait les moyens d'adaptation des quais à destination.

Ici encore (cf. Tableau 18), c'est la Caraïbe de l'ouest qui enregistre le plus fort taux d'évolution de ses escales entre 1975 et 2010, de l'ordre de 2 % par an (environ 1,2 % pour les Bahamas, une perte de 2 % par an pour la Caraïbe de l'Est et la Caraïbe du Sud).

L'évolution du nombre moyen de passagers par escale, lui aussi a évolué de façon significative. Ainsi, il est un bon indicateur de l'évolution des zones portuaires et des destinations dans l'organisation et l'acheminement des passagers sur le territoire.

L'effort en terme d'aménagement doit être suffisant, et est un enjeu déterminant pour les destinations, afin de prétendre accueillir au mieux les passagers de croisière.

5.2 Les ports d'accueil de la Caraïbe sur l'exemple de Cozumel au Mexique

Le terminal de croisière de Cozumel au Mexique a enregistré plus de 2,7 millions de croisiéristes sur le territoire en 2013 (CTO, 2013), c'est la deuxième destination en terme de flux après les Bahamas et juste avant les îles Vierges américaines.

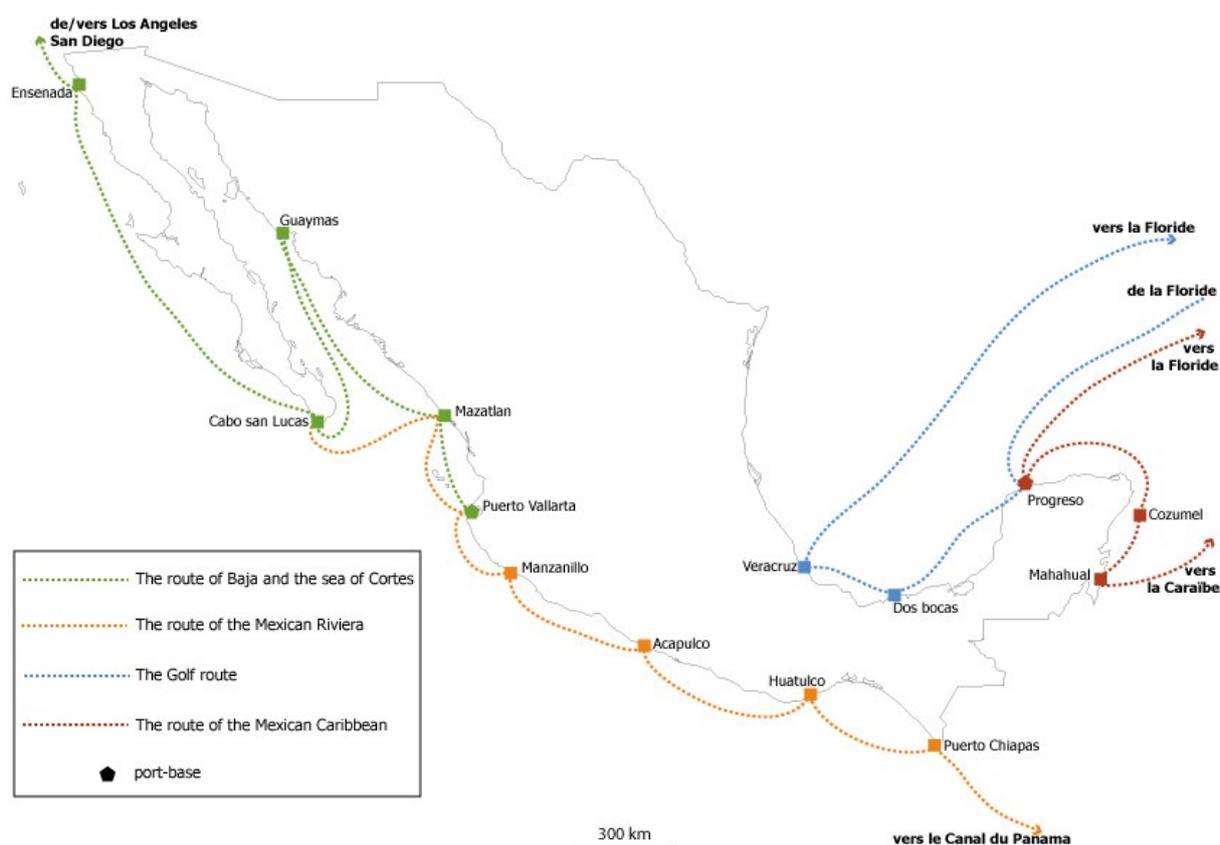
L'attention se porte sur cette petite destination de la Caraïbe parce que sa position de première destination de croisière a évolué de façon très rapide, Cozumel est l'un des derniers territoires à s'être ouvert à la croisière dans les années 1975. La réflexion se porte d'abord sur le tourisme de croisière de façon générale au Mexique pour se concentrer sur la conception du terminal de croisière de Cozumel dans la province de Quintana Roo au Mexique.

5.2.1 Le tourisme de croisière au Mexique

Le tourisme de croisière au Mexique est une véritable institution. Privilégié par sa position géographique, entouré de mer et d'Océan, le pays profite au maximum des espaces maritimes à disposition. Il propose donc 4 grands circuits au fil des 19 aménagements portuaires mis à disposition (FCCA 2011). Il offre aussi bien des croisières dans l'Ouest caribéen qu'à travers les ports de sa côte Pacifique ; quatre « routes » qui agrandissent l'éventail choix des croisières mexicaines (cf. Carte 20).

- *The Route of the Mexican Caribbean* : Mahajual (Costa Maya), Cozumel, Progreso
- *The Route of Baja and the Sea of Cortes* : Puerto Vallarta, Mazatlan, Guaymas, Cabo San Lucas, Ensenada.
- *The Route of the Mexican Riviera* : Cabo San Lucas, Mazatlan, Puerto Vallarta, Manzanillo, Acapulco, Huatulco, Chiapas
- *The Gulf Route* : Veracruz, Dos Bocas, Progreso

Carte 20— Les « routes » de la croisière au Mexique



Le Mexique offre la possibilité aux compagnies de croisière d’effectuer des croisières uniquement mexicaines, parce qu’en plus de multiplier les destinations sur le territoire, les autorités mexicaines chargées du tourisme s’appliquent à diversifier chacun des lieux et les font ressortir en destination. Chaque port est une escale, gérée et régentée par une entité différente.

Tableau 19— Les arrivées des principaux terminaux de croisière au Mexique entre 2000 et 2014.

		2000	2010	2014
1	Cozumel	1 504 603	2 919 221	3 398 329
2	Ensenada	336 593	362 285	698 462
3	Cabo San Lucas	263 557	699 871	259 580
4	Puerto Vallarta	237 381	553 514	240 231
5	Mazatlán	225 804	526 294	83 981
6	Playa del Carmen	183 957	-	1 666
7	Acapulco	154 860	247 192	7 438
8	Punta Venado	124 719	-	-
9	Ixtapa-Zihuatanejo	50 804	77 674	3 662

10	Progreso	22 676	284 611	283 608
11	Costa Maya	-	655 189	415 367
12	Huatulco	-	133 857	53 492

source : DATATUR, 2014

La côte caribéenne (Costa Maya et Cozumel) concentre près de 55 % de l'ensemble des arrivées de croisiéristes sur l'ensemble du territoire mexicain, la côte Pacifique représente quant à elle 41 % du trafic et le golfe du Mexique 5 %. De plus, cinq destinations enregistrent 75 % de l'ensemble de l'activité : Cozumel, Cabo San Lucas, Puerto Vallarta, Costa Maya et Mazatlán (cf. Tableau 19).

Entre 1996 et 2010, le Mexique a vu tripler son nombre de croisiéristes passant de 2 millions à 6,5 millions. En 2005, le Mexique a été la première destination croisière mondiale, avec 6,7 millions de croisiéristes, le pays engageait près de 60 % du marché mondial.

Le développement de l'activité a aussi permis la mise en place d'infrastructures portuaires capable d'accueillir les derniers fleurons en matière de croisière. Ainsi, des destinations comme Costa Maya et Huatulco ont vu le jour dans la cadre de la diversification et de la consolidation de l'activité sur le territoire. D'autres en revanche, comme Playa del Carmen et Punto Venado se sont orientés vers d'autres activités.

Cozumel est la première destination croisière au Mexique ; pourtant l'une des dernières à avoir vu le jour ; il en est de même pour la petite enclave portuaire de Mahahual sur la Costa Maya.

5.2.2 Le tourisme de croisière à Cozumel dans la province de Quintana Roo

La division de Quintana Roo au Mexique est sans conteste la région la plus touristique du pays. Administrée le 8 octobre 1974, c'est le plus jeune état du Mexique, comptant dans sa juridiction pas moins de 10 municipalités : Othon P. Blanco, Benito Juarez, Solidaridad, Cozumel, Isla Mujeres, Tulum, Lazaro Cardenas, Jose Maria Morelos, Felipe Carillo Puerto et Bacalar. Quintana représente aujourd'hui 13 % de l'offre hôtelière du pays.

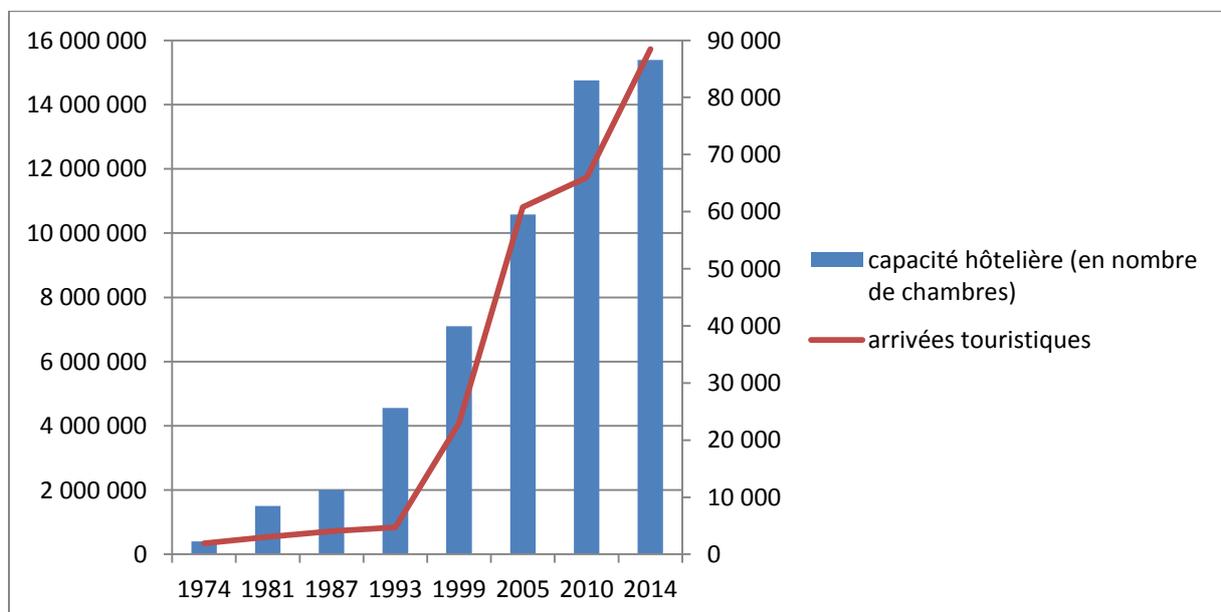
Le tourisme est le principal secteur d'activité, mais aussi, et surtout le principal moteur économique de la région. Il représentait 76,22 % du pays de l'état en 2005 et 75,24 en 2009 (secrétariat de Quintana Roo 2011) (cf. Figure 24).

L'activité touristique est relativement jeune sur l'ensemble du territoire, quand nous regardons le développement de l'activité sur l'ensemble de l'espace caribéen. Entre l'activité touristique naissante à Isla Mujeres en 1910 et la création de la célèbre station balnéaire de

Cancún en 1970, il est difficile de considérer un quelconque développement touristique. Une soixantaine d'années durant laquelle le développement économique était principalement axé sur l'extraction de gomme et le commerce d'importation. En 1974, l'année de la création de l'état libre et souverain de Quintana Roo, la division enregistre une affluence de 339 000 touristes. En 1980, développement de l'activité croisière avec l'arrivée des premières escales à Cozumel ; à partir de cette date, la région diversifie son activité touristique, Cancún reste un point stratégique en terme de tourisme de séjour, principalement orienté vers les jeunes touristes nord-américains ; quand Cozumel se dote d'infrastructures suffisantes pour l'accueil des navires de croisière profitant dans le même temps de l'ouverture du secteur à la Caraïbe de l'Ouest.

L'île de Cozumel, subdivision de l'Etat de Quintana Roo au Mexique, est un petit territoire de 488 km² avec à peine une centaine de milliers d'habitants. Cozumel, ancien territoire Mayas, a connu un net développement de son activité touristique à partir des années 1960, lorsque Jean Yves Cousteau y découvrit et fit découvrir la richesse des récifs coralliens qui entourent l'île. Aujourd'hui, Cozumel s'est spécialisée dans le secteur de la croisière et accueille près de 3 millions de croisiéristes en 2013.

Figure 24— Les données relatives au tourisme dans la région de Quintana Roo.



DATATUR, 2014

En 1999, toujours dans une perspective de diversification et de multiplication du choix touristique, les autorités créent la destination touristique Riviera Maya ; et dirige en 2003 un programme de développement touristique à Playa Mujeres et à Puerto Cancún. La dernière pièce de ce puzzle touristique est la création en 2007 de la station touristique, principalement destinée à la croisière, de Mahahual dans la municipalité de Bacalar.

La oferta turística de Quintana Roo satisface las necesidades del turista internacional y ha catapultado la imagen de Quintana Roo en el Mundo, como una región denominada Caribe Mexicano. En el Caribe Mexicano la naturaleza, la historia, la cultura y la sociedad ofrecen el atractivo más variado e importante de América, que abarca los destinos de Cancún, Riviera Maya, Cozumel, Isla Mujeres, Grand Costa Maya, Holbox, Zona Maya (Secrétariat de Quintana Roo 2011).

Aujourd'hui, les autorités se lancent vers une diversification de leur tourisme. Désormais, ils s'orienteront vers le tourisme sportif, le tourisme d'affaire et culturel. La consolidation, au fur et à mesure, des infrastructures hôtelières sur la péninsule de Cancún et le développement de la croisière à Cozumel, puis à Mahahual, boostés par la diversification de la desserte aérienne sont autant d'ingrédients qui viennent agrémente le cocktail du développement touristique.

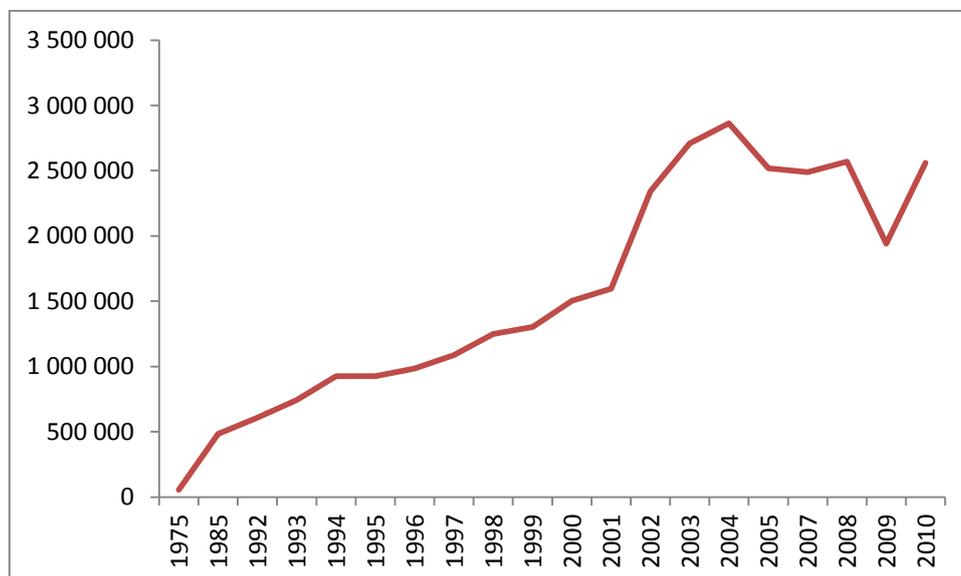
Avant la découverte des fonds marins de Jacques-Yves Cousteau, de la côte ouest de Cozumel en 1961, cette petite île au large du Mexique, était inconnue du grand public ; cet événement a été comme le déclic de sa popularité actuelle. Dans les années 1960, une grande partie de la population locale s'efforçait à participer et développer cette néoactivité touristique ; les pêcheurs étaient accompagnés des touristes le soir pour la pêche aux crabes par exemple. Casa Denis était le seul restaurant de l'île à l'époque, situé à San Miguel. Aujourd'hui, Cozumel est l'un des territoires, de la Caraïbe, qui enregistre les flux les plus importants de croisiéristes.

L'accroissement de la population a été considérable, dû au développement du secteur touristique de façon générale. Des 3000 Mexicains qui vivaient à Cozumel en 1965, une communauté de pêcheurs principalement localisée à San Miguel, ils étaient près de 75 000 en 2003, essentiellement composés de personnes travaillant dans le secteur touristique.

De lourds investissements, tant sur le plan financier que sur le plan environnemental, ont été nécessaires pour développer une activité de croisière sur l'île de Cozumel (cf. Figure 25). L'aménagement de quai d'attache a évolué en même temps que l'activité ; à l'origine il existait un quai essentiellement utilisé par les locaux désireux de rejoindre le continent,

auquel se sont ajoutés l'International Pier en 1980, le Maya Pier en 1998 et le Langosta Pier, six mois plus tard, en 1999.

Figure 25- Evolution des flux de croisiéristes à Cozumel de 1975 à 2010.



D'une décennie à une autre, les escales de croisière se sont largement multipliées. Il en résulte que l'île présente des records de taux de croissance ; en 1992, 609 700 croisiéristes ont pu visiter Cozumel, 2 343 100 en 2002, soit une évolution de 284 % (une évolution annuelle moyenne de 28 %). Seulement cette dernière décennie, l'activité s'est stabilisée, présentant un taux de croissance de 9 % entre 2002 et 2010 (soit une croissance annuelle moyenne de 1,1 %).

5.2.3 Le terminal de croisière de Cozumel

Le terminal de croisière de Cozumel s'organise en un espace clos où l'ensemble de la clientèle est prise en charge directement au sein de l'espace portuaire (cf. Photographie 6). La route principale passe juste aux abords de la zone portuaire en direction du centre-ville. Ce dernier est organisé en une multitude de magasins de type *duty free*, comme ceux que nous pouvons rencontrer à Sint Maarten.

Photographie 6— Le terminal de croisière de Cozumel, Quintana Roo



Le terminal de croisière de Cozumel correspond au type d'enclave portuaire, au même titre que le terminal de croisière de Sint Maarten.

main street - Cozumel, juillet 2011
 Source : photo personnelle de l'auteur



Carnival Triumph et Carnival Elation à quai, Cozumel, juillet 2011
 Source : photo personnelle de l'auteur



5.3 Vers une typologie des ports d'accueil de la Caraïbe

A partir de différents indicateurs, et sur la base de l'organisation des lieux, leur perméabilité, c'est-à-dire l'accès ou non du lieu à d'autres personnes que des croisiéristes, a été établie une typologie des espaces d'accueil. Des limites clairement matérialisées à l'effacement complet d'une interface aire portuaire/territoire d'accueil, toutes les destinations de la Caraïbe sont soumises au contrôle de leur clientèle croisière dans l'espace.

5.3.1 Les indicateurs

A partir des schémas représentatifs des différents aménagements portuaires que nous pouvons rencontrer dans l'espace caribéen, un indice de l'enclavement, c'est-à-dire la quantification de l'intensité ou non de la fermeture des lieux (cf. Tableau 20).

Quatre critères sont alors pris en compte : (1) le port : l'espace des croisiéristes dans la ville (2) les rapports avec la population locale (3) la diffusion spatiale des croisiéristes dans le lieu et enfin (4) l'organisation des excursions dans le lieu. L'ensemble est noté sur douze, sachant que plus la destination est fermée, enclavée plus elle se rapproche du maxima, et inversement, plus le lieu est ouvert, accessible, plus la note s'éloigne du maxima.

Tableau 20— Grille de notation de l'indice d'enclavement des ports à destination

Caractéristiques	Indice/échelon
Le port : l'espace des croisiéristes dans la ville	
1— Limites matérialisées	3
2— Limites symboliques	2
3— Pas de limite	1
Le rapport avec les populations locales	
1— Interdit seulement pour les travailleurs	3
2— Restrictifs	2
3— Non réglementés	1
La diffusion spatiale des croisiéristes dans le lieu	
1— Reste dans l'espace	3
2— Dans certains quartiers au-delà du port d'escale	2
3— Libre/aléatoire	1
Organisation des excursions	
1— Uniquement la compagnie de croisière	3
2— La compagnie et le territoire d'accueil	2
3— Uniquement le territoire	1

Source : auteur, 2013

A partir de vingt escales, sur les trente-huit que compte la Caraïbe, a été établi un tableau qui confronte l'indice d'enclavement et les flux de croisiéristes enregistrés sur la saison 2012/2013 (cf. Tableau 21).

Cet essai de corrélation permet d'apporter un début de réponse quant à l'aménagement nécessaire afin d'engager des flux de croisiéristes sur un territoire. Ce peut être un début de réponse quant aux besoins des territoires d'accueil, contraints d'offrir les meilleures prestations et conditions de ventes aux compagnies de croisière, pour se voir placer sur les circuits de ces dernières.

Toutes ces destinations correspondent à une des trois catégories précédemment établies. Ainsi la lecture de résultats sera complétée par des exemples existants.

Tableau 21— Représentation de l'indice d'enclavement

	Ports	Nombre de croisiéristes	Total indice
1	Kingston (St Vincent)	8 726	4
2	St Barthélemy	9 650	4
3	Samana (République dominicaine)	118 984	4
4	Romana (République dominicaine)	155 254	4
5	Pointe-à-Pitre (Guadeloupe)	97 424	5
6	Fort-de-France (Martinique)	120 094	5
7	Tortola (BVI)	280 388	5
8	Castries (Sainte Lucie)	416 386	5
9	Roseau (Dominique)	148 636	6
10	Philipsburg (Sint Maarten)	1 780 937	8
11	Cozumel (Mexique)	2 278 882	8
12	Nassau (Bahamas)	1 906 612	9
13	Charlotte Amalie (USVI)	1 761 293	11
14	Great Stirrup Cay (Bahamas)	684 938	12
15	Coco Cay (Bahamas)	759 818	12
16	Princess Cay (Bahamas)	480 058	12
17	Costa Maya (Mexique)	488 212	12
18	Half Moon Cay (Bahamas)	726 370	12
19	Castaway Cay (Bahamas)	568 400	12
20	Labadie (Haïti)	1 025 244	12

Source : auteur, 2013

Une première lecture du tableau nous montre qu'en associant notre typologie des ports d'accueil et l'indice de l'enclavement, les ports d'accueil du type 3 de notre typologie

obtiennent l'indice maximum d'enclavement et, à l'inverse les ports de type 1 l'indice minimum. Cela indique notamment que les territoires d'accueil, plus il se complexifie spatialement, plus ils sont autocentrés, c'est-à-dire que l'activité est davantage concentrée dans l'espace portuaire, jusqu'à en effacer les limites : faire du quai une continuité territoriale, et limiter, voire exclure, toute intrusion d'autochtone.

Mis à part les destinations de *Great Stirrup Cay* (de la compagnie Norwegian Cruise Line) et *Coco Cay* (de la compagnie Royal Caribbean Corporation), toutes celles qui correspondent aux flux les moins importants de notre tableau ont un aménagement portuaire simple et n'atteignent que la valeur médiane, dans les meilleurs cas, de l'indice d'enclavement.

Ensuite, avec un indice maximum d'enclavement, les îles privées n'enregistrent pas les maximas en terme de flux de croisiéristes. Ils atteignent le demi-million de clients, alors que les territoires qui ne dépendent pas entièrement des compagnies dépassent largement le million de croisiéristes sur une saison. Ceci est un élément de réponse quant à la place, plus ou moins importante des territoires d'accueil dans l'établissement d'une économie du tourisme de croisière sur un territoire.

5.3.2 La typologie des espaces portuaires de croisière dans la Caraïbe

L'enclavement touristique, c'est-à-dire la fermeture, l'introversion d'un lieu par rapport à son ensemble territoriale, est avant tout une approche développée par Georges Cazes, en référence à la disposition des structures d'accueil du tourisme de séjour. C'est dans la recherche d'un dispositif de tourisme alternatif qui s'intègre au reste du territoire, qu'il s'est rendu compte que les espaces d'accueil répondaient à une certaine logique d'enfermement des lieux qui sont alors exclusivement réservés aux clientèles à l'intérieur sans se soucier du reste du territoire.

Cette réflexion s'appuie sur le concept de « bulle environnementale » de Cohen (1972), où il soutient que la « bulle environnementale » n'est qu'une transposition d'un monde habituel, ou en tout cas reconnaissable des touristes modernes, sur un sol étranger. Il s'agit d'enfermer et de confiner des touristes dans un lieu entouré de mur de protection.

A ce terme de « bulle environnementale », Jackson préfère celui de « bulle touristique » et lui accorde deux sens : celui des types de lieux et celui de la psychologie des touristes. Judd (1999) quant à lui évoque que les « bulles touristiques sont construites comme des parcs à thèmes, des îlots de prospérité qui sont fortement différenciés et séparés de du paysage urbain environnant. Freitag (1994) y préfère le terme de « station enclavée ».

Un navire de croisière est un coffre fort avec un environnement agréable et contrôlé, une large gamme d'équipement et d'activités récréatives. Un lieu exclusivement réservé aux touristes, où passagers et membres d'équipage sont les acteurs (Jackson, 2004 ; Weaver, 2003). L'escale est un arrêt, prévu et organisé par les compagnies de croisière, durant un circuit, où le croisiériste a le choix de quitter le navire pour se rendre sur un territoire d'accueil. Pour accéder au territoire, le croisiériste doit passer par le terminal de croisière ; le port d'escale. Alors que dans son étude de 2004, Jackson a choisi d'observer le comportement des croisiéristes sur une escale, nous avons opté pour l'étude des terminaux de croisière. Plus précisément, la construction et leur rapport au reste du territoire.

Dans la réalité s'opèrent des dispositifs d'aménagement que nous pouvons catégoriser, comme G.Cazes l'a fait pour les « *resorts* », et classer selon une typologie qui s'appuie principalement sur la construction de l'espace et son rapport avec le reste du territoire.

Ce rapport suggère les moyens qui sont mis en œuvre conjointement par les compagnies de croisière et les autorités régionales chargées du secteur pour sécuriser le lieu et capter au mieux l'attention de la clientèle.

La typologie de l'enclavement appliquée au tourisme de croisière se distingue en trois catégories, qui aboutissent à l'effacement de la zone portuaire et qui considère le quai dans une continuité de l'espace, ouvrant les limites de l'escale à l'ensemble d'un territoire. La méthode permettant l'établissement de ce classement se base essentiellement sur les études de terrain, les résumés des compagnies de croisière en fonction des destinations et l'observation cartographique. Le tableau – reprend en détail toutes les destinations de la Caraïbe et le type d'aménagement auquel il appartient.

Le rapport du client au territoire est un élément qui tient place de déterminant quant au rapport que le croisiériste aura au territoire et inversement.

a. Les deux premières formes d'enclavement/de construction du port d'escale

La première forme est le quai d'amarrage. C'est la forme la plus simple d'aménagement, la zone portuaire est de très faible dimension et souvent réservée à la seule activité de croisière. Elle présente un contact quasi direct entre le territoire d'accueil, ses habitants et les croisiéristes.

Le port de Basse-Terre à Saint Kitts, ou encore de Kingston à Saint Vincent correspondent à ce type d'aménagement. Un simple quai pouvant accueillir deux ou trois bateaux à la fois. Ce n'est qu'une fois passer le portique de sécurité que les croisiéristes peuvent accéder à la ville d'une part et partir pour leurs excursions d'autre part. Il n'existe aucun aménagement spécifique sur le port permettant une quelconque activité.

L'emprise est telle que, une fois dans la ville, les croisiéristes sont confrontés directement à la réalité des habitants. Les navettes, mises à disposition pour les excursions de Virgin Gorda, aux îles Vierges britanniques par exemple, sont aussi utilisées pour les autochtones qui vont travailler sur les différentes îles de l'archipel. Rien n'est fait pour personnaliser la destination (cf. Photographie 7).

Photographie 7— Représentation du terminal de croisière de type 1 -le quai d'accostage sur l'exemple du terminal de croisière de Tortola, îles Vierges britanniques.



vue d'ensemble du quai d'accostage et du terminal de croisière de Tortola, île Vierges britanniques, mars 2009
Source : photo personnelle de l'auteur



poste de surveillance et de sécurité, entrée/sortie du terminal de croisière de Tortola, îles Vierges britanniques, mars 2009
Source : photo personnelle de l'auteur

vue d'ensemble du centre-ville de Tortola , îles Britanniques, mars 2009.
Source : photo personnelle de l'auteur



vue aérienne du terminal de croisière de Tortola



Source : Google maps, auteur, 2013

Dans sa conception, le terminal de croisière de l'île de la Dominique correspond à cette catégorie, un simple quai est aménagé pour l'accostage des navires, cependant une fois le portique de sécurité passé, les espaces immédiats de la ville sont fermés à la circulation (cf. Photographie 8).

La rue principale de la ville devient rue piétonne où les croisiéristes peuvent à leur aise choisir de faire une excursion, avec les nombreux chauffeurs de bus présents sur place, ou de profiter des étals de marchandes qui sont disposées le long du trottoir.

Lors des escales des navires de croisière, la route principale, le boulevard Dame Eugenia, est fermée à la circulation. Le port étant limité au simple quai où accostent les navires, cette zone n'est qu'un prolongement de l'espace réservé aux croisiéristes. Seulement, mis à part les voitures, tout en chacun peut y aller et venir librement.

Photographie 8— La rue Dame Eugenia, lors de l'escale du *Norwegian Dawn* en avril 2012



Source : auteur, 2008

b. L'enclave portuaire

Le second type d'aménagement portuaire pour l'accueil des navires de croisière visible dans la Caraïbe, est celui que l'on peut considérer comme étant une enclave portuaire, c'est-à-dire une zone qui n'est plus seulement représentée par un quai d'attache et un portique de sécurité, mais il s'agit d'un espace entièrement aménagé structuré, équipé et réservé à cette seule clientèle de croisiéristes.

L'enclave portuaire ne dépend pas du reste du territoire et a des limites physiques : enrochements, barrière, poste de contrôle, clôtures, grilles de protection, etc.

L'exemple le plus représentatif au sein de la Caraïbe est celui de Sint Maarten. L'île d'environ 88 km², située au cœur de l'arc antillais, est partagée en deux parties l'une française (54 km²) et l'autre hollandaise (34 km²). Depuis 1960 l'atout majeur de *Sint Maarten*, et par la même son atout touristique majeur, réside dans le fait que ce soit un port franc, en effet de nombreux *duty free* spécialisés dans la maroquinerie, les bijoux et autres accessoires de luxe attirent bon nombre de touristes.

Le terminal de croisière de Sint Maarten (cf. Photographie 9) est organisé comme un grand centre commercial, il ne s'agit pas juste d'un point d'entrée et de sortie, lieu stratégique qui délimite la ville/le pays du quai où descendent les croisiéristes, mais d'une ville dans la ville, un espace où l'on peut trouver les mêmes services qu'à Philipsburg (capitale de Sint Maarten et ville d'accueil des bateaux de croisière).

L'enclave portuaire de Sint Maarten, comme celle de Saint George's à Grenade ou de Falmouth en Jamaïque (cf. Figure 26) sont des espaces fermés, exclusivement réservés à la seule clientèle croisière. Une zone tampon ou le croisiériste a le sentiment d'être dans la ville, sans y être réellement. L'enclave portuaire est un ensemble d'aménagements organisés de telle sorte que les croisiéristes, une fois sortis du bateau se retrouve dans un espace entièrement fermé, donc protégé qui lui est réservé. Il peut prendre le départ de son excursion, y acheter ses souvenirs, profiter du *duty free* sans pour autant sortir de son enclos.

L'organisation sur les quais de Sint Maarten est telle que les organisateurs d'excursions viennent chercher les excursionnistes directement à la descente du bateau afin de les diriger dans les bus. Pour ceux qui n'auraient pas pris d'excursion sur le bateau, des chauffeurs de taxi « agréés », en uniforme de couleur vive, s'organisent en fil d'attente pour récupérer les clients, toujours à l'intérieur de l'enclave, et leur proposer un circuit, ou tout simplement un transfert vers la ville. Même dans le cadre de transfert du bateau vers la ville en navette

maritime, ces dernières prennent en charge les clients intéressés, directement sur le quai d'accostage.

Pour nous, cela reste la solution d'aménagement la plus adaptée dans le cadre du développement du tourisme de croisière. Une organisation minutieuse entre les autorités de tourisme régionales et les compagnies de croisière, où chacun peut choisir les acteurs de leur commerce. L'île peut alors présenter un panel d'excursion et un mode de prise en charge qui feront fonctionner un maximum de ces acteurs locaux, tout en assurant aux dirigeants des compagnies de croisière la bonne tenue et le bon déroulement des excursions.

Photographie 9— Représentation du terminal de croisière de type 2 sur l'exemple du terminal de Philipsburg à Sint Maarten.

plan du terminal de croisière de Sint Maarten



vue d'ensemble du terminal de croisière de Sint Maarten, mars 2009.
Source : photo personnelle de l'auteur



Qu'il s'agisse d'excursions ou de prise en charge par un taxi, les croisiéristes sont toujours orientés à l'intérieur de l'enclave portuaire.
Terminal de croisière de Philipsburg, Sint Maarten, mars 2009
Source : photo personnelle de l'auteur

poste de surveillance et de sécurité du terminal de croisière de Philipsburg, Sint Maarten, mars 2009.

Source : goggle maps, 2014 ; auteur, 2009

Figure 26— Le terminal de croisière de Falmouth en Jamaïque



Source : cruisecritics, 2012

Néanmoins, il y a des terminaux qui oscillent entre ces deux formes d'organisation. Le port de Saint John's à Antigua possède 2 quais qui peuvent accueillir au total 4 navires, et dans le prolongement de ces quais se trouve une zone portuaire qui n'est pas complètement hermétique au reste de la ville. Une fois le portique de sécurité franchi, l'aménagement y est comme l'enclave portuaire de Sint Maarten avec les murs et les barbelés en moins (cf. Photographie 10).

Il s'agit là d'une forme intermédiaire et/ou alternative aux deux premières formes d'organisation et la raison de cette ouverture au reste du territoire vient certainement du fait que c'est l'Etat qui a la responsabilité et la gestion du port, et non une société privée comme c'est le cas à Sint Maarten.

Photographie 10— Le terminal de croisière de Saint John's à Grenade.



Source : auteur, 2014

c. Les îles enclaves

Ces deux dernières catégories n'offrent qu'une place limitée à l'économie du pays dans le sens où les compagnies de croisière ne traitent pas avec des prestataires de services pour les excursions étant donné qu'aucune « vraie » excursion n'y est proposée.

Le questionnement de la fermeture des lieux a souvent été axé sur celui de la sécurité, fermer les lieux permet de protéger la clientèle des éventuelles attaques extérieures, et cette affirmation reste vraie dans le temps.

Cependant les schémas nous permettent de faire émerger une autre réalité, et nous permet d'affirmer que du point de vue des compagnies de croisière, la plus ou moins grande altérité et le lieu dans sa construction et dans sa disposition ont un effet, plus ou moins prononcé selon la configuration, sur la consommation du client dans le lieu et donc sur la rentabilité de ce lieu aux regards des compagnies concernées.

« L'insularité paraît être l'un des ressorts fondamentaux de la pratique touristique et ceci dépasse de très loin sa seule matérialisation spatiale : tout est ici île et enclave, aussi bien le groupe social auquel on appartient et qui se "reproduit" sur les lieux de vacances, que les sports distinctifs et valorisants que l'on pratique [...] ou que les distractions rares que l'on recherche » (G.Cazes, 1992).

Les compagnies de croisière ont commencé à acheter tout ou partie d'une île caribéenne à la fin des années 1970 (cf. Tableau 22), à l'instar de la compagnie *Royal Caribbean International*, « loue » depuis 1985, une partie de la côte haïtienne, à l'ouest de Cap-Haïtien, Labadie. Elle verse un loyer de 10 US\$ par croisiériste débarqué (Haïti press network, 2015). Autant dire que cette part versée au pays constitue une véritable manne financière pour l'île. En effet, selon les flux de croisiéristes enregistrés sur l'île en 2013 par exemple, cela représente 3,47 millions de dollars sur une seule année d'activité à Labadie selon le ministère du tourisme haïtien. Cette somme est considérée sans l'achat de souvenirs ou tout autre service payant une fois le client sur place.

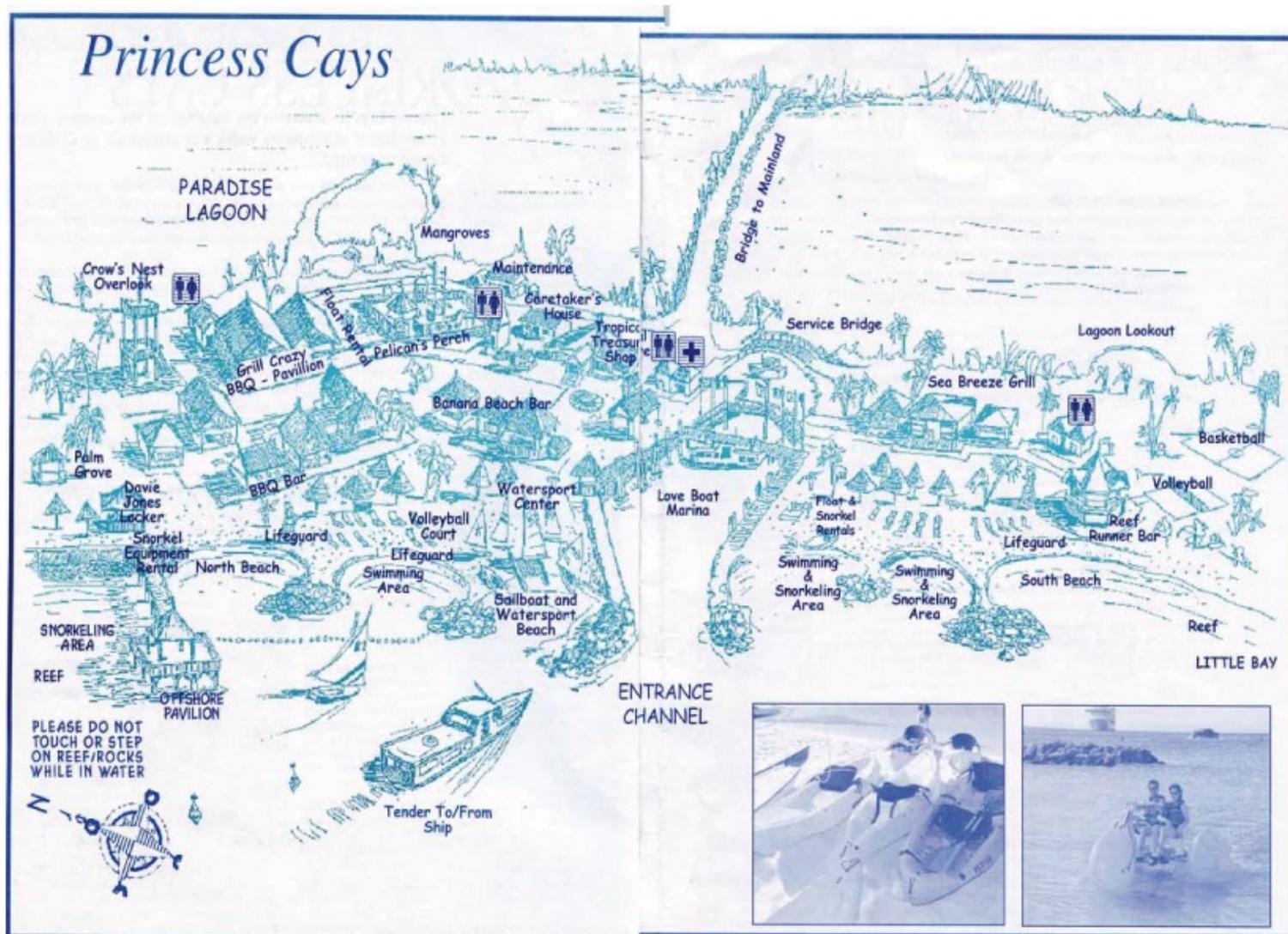
En revanche, la compagnie a le droit, exclusif, d'organiser et de pratiquer en toute liberté, toutes les activités qu'elle désire. Aux activités traditionnelles de nautisme et de plongée s'ajoute celle de la Tyrolienne. Certains marchands haïtiens possèdent un droit d'entrée sur le site pour faire vivre le marché aux puces, mais à part cela, l'île est totalement fermée au public, les jours où il n'y a pas d'escale de prévue, l'île n'est pas accessible.

Tableau 22— Les îles privées des compagnies de croisière dans la Caraïbe

Compagnie	Nom de l'île	Localité	Date d'acquisition
Norwegian Cruises Line	Great Stirrup Cay	Bahamas	1977
Princess Cruises	Princess Bay	Mayreau, Grenadines	1986
	Princess Cays	Eleuthera, Bahamas	1992
Royal Caribbean	Coco Cay	Bahamas	1990
Celebrity Cruises	Catalina Island	République dominicaine	1995
Costa Cruises	Serena Cay	République Dominicaine	1996
Holland America Line	Half Moon Cay	Bahamas	1997
Dsiney Cruise Line	Castaway Cay	Bahamas	1998
MSC Cruises	Cayo Levantado	République dominicaine	2005

Ici les compagnies de croisière profitent pleinement du rachat d'une île, qu'elles privatisent entièrement comme l'île de Castaway Cay rachetée par la compagnie *Disney Cruise Line* en 1998 (cf. Photographie 11). Au cours des escales dans ces îles privées, et cela est aussi vrai pour celles qui le sont en partie, les clients sont libres, en apparence, d'évoluer dans un lieu qui leur est totalement réservé. En réalité, ils sont dirigés pour consommer des produits et des activités à des moments précis de la journée ; il existe sur ces îles, lors de ces escales les mêmes activités que sur le bateau sauf qu'ici la consommation du client est poussée à l'extrême. L'île est le prolongement du navire, toutes les consommations sont celles que les croisiéristes trouvent sur le navire (cf. .

Figure 27— Organisation territoriale de Princess Cay, Bahamas



Source : Princess Cruise Line, 2010

Photographie 11- Isla Catalina, République dominicaine, île privée de la compagnie *Costa croisière*



Le personnel de bord procède en permanence au ravitaillement de l'île. La marchandise est prise sur le bateau et amenée dans les bars et restaurant de l'île.

Des transats et des parasols sont installés le long de la plage et mis à l'entière disposition des croisiéristes



Quelques prestations de vente sont proposées aux croisiéristes soient sous forme de boutiques de souvenirs ou encore des prestations de coiffure.



Source : auteur, 2014

5.3.4 La spécificité des îles privées

La plupart des îles privées, appartenant aux compagnies de croisière, se trouvent aux Bahamas, parce que l'archipel qui compte plus de 4 000 îles et îlots est coutumier de la vente ou la location de ces derniers à des fins touristiques ou pour acquisition foncière de riches célébrités. Pourtant les chiffres de la croisière ne mentionnent que les arrivées de croisiéristes à Nassau et Freeport, qu'en est-il des autres destinations ? Quels sont les flux réels de croisiéristes sur les autres destinations ? (cf. Carte 21). La disposition géographique des Bahamas fait que c'est certainement le seul archipel caribéen pouvant permettre un tel commerce. Les 4000 îles et îlots qui la composent sont souvent voués à la vente de particuliers. La proximité des lieux par rapport aux infrastructures portuaires de la Floride est aussi une donnée importante à prendre en compte ; sans cette proximité, les croisières de 3 et 4 jours auraient été difficilement praticables.

En tout, sans compter les arrivées de croisiéristes à Nassau et à Freeport, destinations croisières aux Bahamas, ce ne sont pas moins de 2 570 000 croisiéristes qui arrivent sur ces îles privées.

Carte 21— La localisation des îles privées des Bahamas et territoire privé de Labadie en Haïti



De la même façon, les chiffres des flux de croisiéristes dans la Caraïbe, ceux d'organismes tels que la Caribbean Tourism Organization (CTO), s'évertuent à montrer (ou à ne pas montrer) l'absence de flux en Haïti, hors la compagnie Royal Caribbean Corporation possède un « bail emphytéotique » lui permettant de faire arriver un certain nombre d'escales de navire à Labadie, au nord de l'île. Le bail emphytéotique étant une location, généralement sur 99 ans, que l'Etat de la localité accorde, dans notre cas, à la compagnie de croisière pour y effectuer son activité. L'emphytéote est considéré pendant cette période comme le propriétaire des lieux.

Sous l'angle d'approche adoptée, il est à considérer que ces îles privées laissent une place limitée à la découverte de l'ensemble d'un territoire, d'une culture, d'un environnement. Ces destinations sont imprégnées des couleurs de la compagnie qui la possède à l'image de l'île de Castaway Cay, propriété de la *Disney Cruise Line*, qui est la reproduction d'un parc d'attractions sous les tropiques.

L'autochtone n'existe pas, il est remplacé par le personnel navigant, qui en l'espace d'une escale se prête au jeu de l'accueil. Ces escales, sont surtout, à notre avis, placées sur les circuits dans un but purement financier : une fois sur l'île, le croisiériste est obligé de descendre du navire et de consommer l'île : location de transat, achat de bouteille d'eau, activités nautiques, nourriture ; tout devient payant et tout est reversé directement aux compagnies de croisière.

En reprenant l'ensemble des escales arrivant sur ces îles privées, nous avons pu quantifier les flux de croisiéristes pour la saison 2012/2013 (cf. Tableau 23).

Tableau 23— Flux de croisiéristes sur les îles privées des Bahamas et Labadie – saison 2012/2013

	Nombre d'escales	Capacité du navire	Total nombre passagers
<u>Great Stirrup Cay (Norwegian Cruise Line)</u>			
Norwegian Sun	41	1936	79 376
Norwegian Jewel	57	2376	135 432
Norwegian Pearl	38	2394	90 972
Norwegian Sky	145	2004	290 580
Norwegian Gem	37	2394	88 578
	318		684 938
<u>Princess Cay (Princess Cruise Line)</u>			
Emerald princess	41	3120	127 920

Grand Princess	53	2600	137 800
Ruby Princess	32	3100	99 200
Caribbean Princess	8	3100	24 800
Crown Princess	6	3080	18 480
	140		408 200
Half Moon Cay (Holland America)			
MS Eurodam	24	2804	67 296
Nieuw Amsterdam	15	2106	31 590
MS Westerdam	17	1494	25 398
MS Maasdam	8	1266	10 128
MS Amsterdam	1	1380	1 380
MS Noordam	15	2272	34 080
MS Zuiderdam	8	1848	14 784
	88		184 656
Half Moon Cay (Carnival)			
Carnival Ecstasy	58	2052	119 016
Carnival Fantasy	5	2056	10 280
Carnival Fascination	38	2052	77 976
Carnival Glory	2	2974	5 948
Carnival Destiny	33	2642	87 186
Carnival Freedom	5	2974	14 870
Carnival Miracle	11	2124	23 364
Carnival Valor	11	2974	32 714
Carnival Pride	27	2124	57 348
Carnival Liberty	38	2974	113 012
	228		541 714
Coco Cay (Royal Caribbean Corporation)			
Monarch of the Seas	100	2354	235 400
Majesty of the Seas	100	2354	235 400
Enchantment of the Seas	17	1950	33 150
Freedom of the Seas	50	4370	218 500
Explorer of the Seas	12	3114	37 368
	279		759 818
Labadie (Royal Caribbean Corporation)			
Navigator of the Seas	20	3114	62 280
Liberty of the Seas	23	3634	83 582
Freedom of the Seas	52	4370	227 240
Enchantment of the Seas	22	1950	42 900
Explorer of the Seas	31	3114	96 534
Allure of the Seas	37	5400	199 800
Oasis of the Seas	36	5400	194 400
	221		906 736

Source : compagnies, saison 2011-2013

Il en ressort que ces destinations engagent chacune plus d'un demi-million de croisiéristes sur une saison. L'île d'*Half Moon Cay* accueille deux fois plus de croisiéristes que les îles vierges britanniques ou que la République dominicaine ; *Coco Cay* accueille huit fois plus de croisiéristes que la Martinique ; enfin, Labadie frôle le million de croisiéristes (CTO 2012 ; compagnie de croisière 2012/2013).

Deux facteurs viennent booster ces chiffres de fréquentation. Le premier vient de la taille des navires ; plusieurs d'entre eux dépassent les 3000 passagers en capacité double, les derniers *megaships* de la compagnie Royal Caribbean quant à eux atteignent les 5400 passagers. Ce sont de véritables villages flottants, des communautés ponctuelles de croisiéristes qui partagent et apprécient les mêmes loisirs. Le deuxième est certainement dû aux croisières de 3 à 4 jours dans les eaux bahamiennes. Avec deux départs par semaine, les compagnies peuvent rentabiliser au maximum ces circuits qui s'effectuent généralement par un départ à Miami, une première journée en mer, une escale à Freeport ou Nassau, puis un arrêt sur l'île privée et enfin un retour à Miami.

Conclusion

Le port d'escale a évolué au fil des années, jusqu'à devenir aujourd'hui une continuité du bateau de croisière avec l'acquisition par certaines compagnies de « bout » d'île ou d'îlots privés. Ainsi, toutes les compagnies de croisière possèdent une escale privée qu'elles autogèrent et considèrent comme une destination à part entière.

Le tableau ci-dessous reprend les caractéristiques des trois aménagements portuaires qu'il est possible d'observer dans la Caraïbe., chacun des ports d'escale de la Caraïbe correspond à un de ces types (cf. Tableau 24) .

Tableau 24— Typologie des escales de croisière dans la Caraïbe

Type		caractéristiques
Type 1		La limite entre la zone portuaire et le reste du territoire est matérialisée par un portique faisant office de poste de sécurité. C'est à ce niveau que les autorités portuaires vérifient l'identité des personnes entrant dans le navire.
Type 2		De forme plus étendue que la précédente, l'enclave portuaire, de type 2, possède plusieurs zones de contrôle, la première au niveau du quai d'accostage et la seconde à l'entrée de l'enclave portuaire à proprement parlé. C'est à l'intérieur de cette enclave portuaire que sont organisés les départs en excursions, les prises en charge des clientèles, les points information et dans la plupart des cas des boutiques <i>duty-free</i> .
Type 3		Dans le cas des ports d'escale de type 3, la limite entre le territoire et la zone portuaire n'est pas marquée, elle n'existe pas.
	Ports	Type
1	Kingston (St Vincent)	1
2	St Barthélemy	1
3	Samana (République dominicaine)	1
4	Romana (République dominicaine)	1
5	Pointe à Pitre (Guadeloupe)	1
6	Fort de France (Martinique)	1
7	Tortola (BVI)	1
8	Castries (Sainte Lucie)	2
9	Roseau (Dominique)	1
10	Philipsburg (Sint Maarten)	2/3
11	Cozumel (Mexique)	2/3

12	Nassau (Bahamas)	3
13	Charlotte Amalie (USVI)	2
14	Great Stirrup Cay (Bahamas)	3
15	Coco Cay (Bahamas)	3
16	Princess Cay (Bahamas)	3
17	Costa Maya (Mexique)	3
18	Half Moon Cay (Bahamas)	3
19	Castaway Cay (Bahamas)	3
20	Labadie (Haïti)	3

Source : auteur, 2013

D'un côté les compagnies de croisière désirent davantage d'autonomie pour gérer leur clientèle à leur guise, en achetant des territoires vierges, en faisant construire des terminaux de croisière qu'ils privatisent, et de l'autre, les territoires sont désireux de développer leur structure portuaire pour récupérer les retombées financières premièrement du fonctionnement de leur port et de façon plus large dans le fonctionnement et les rotations des croisiéristes en départ pour les excursions.

Cette dualité est au cœur des débats entre compagnies de croisière et territoires d'accueil ; cependant, au-delà des discours qui incriminent les compagnies de croisière les accusant de profiter de territoires en marge de l'économie mondiale, il s'agit juste d'un schéma économique où le plus gros investisseur récupère la plus grosse part de bénéfice.

Les territoires d'accueil ont toujours été les prestataires de services des compagnies de croisière, en leur permettant d'accoster sur leurs quais et en leur proposant des excursions permettant le divertissement des clientèles à bord, charge aux territoires d'accueil d'en tirer le meilleur profit possible.

Chapitre — 6 De l'escale à la découverte d'un territoire : la croisière dans le territoire d'accueil

L'une des étapes d'une croisière, celle qui rythme les circuits, est l'occasion pour les personnes à bord de quitter le navire, pendant une durée déterminée par les compagnies de croisière.

Une fois sur le territoire, les croisiéristes ont le choix entre plusieurs alternatives, l'une d'entre elles est de faire une excursion sur le territoire. L'excursion est, de façon générale, le temps passé en activité sur le territoire. D'une trentaine pour les îles vierges britanniques à plus d'une centaine pour Sint Maarten, les excursions sont propres à l'organisation des professionnels du tourisme du pays et son généralement fonction de la culture, de l'histoire, mais aussi des atouts naturels.

Comment s'organisent les excursions lors d'une escale de croisière ? La réflexion sous-jacente à cette question est de savoir quelle est l'offre d'excursions des îles de la Caraïbe et pour répondre au mieux à cette question ce chapitre est organisé de sorte à d'abord définir le concept d'excursion, puis de l'analyser et enfin de l'interpréter au regard de ce que propose l'île de la Dominique ; pour finir, des perspectives de développement seront émises.

6.1 Les excursions de croisière : concept et définition

L'excursion est le temps, marqué par l'escale du paquebot, où les clients descendent du navire pour profiter d'animations, payantes, organisées par les territoires d'accueil. Ce sont les sociétés/entreprises locales orientées vers le tourisme de séjour ou créées pour satisfaire les besoins de la croisière, qui vendent leurs prestations. Le croisiériste peut acheter ses excursions auprès de trois opérateurs. Il peut faire le choix d'acheter ses excursions avant son départ en croisière, soit auprès d'une agence de voyages ou encore directement auprès de la compagnie de croisière. Ou alors, il fait le choix de prendre des excursions une fois sur le bateau, c'est-à-dire déjà dans son circuit de croisière, soit, une fois de plus auprès de la compagnie de croisière, ou une fois au sol directement auprès du prestataire de service en charge de l'excursion.

6.1.1 Les thématiques d'excursions des îles caribéennes

Les excursions sont classées en plusieurs catégories selon le type d'activité. Nous distinguons alors les activités nautiques, de plein air ou de randonnée.

Dans une première lecture, nous pouvons constater que la taille du territoire n'est pas une donnée importante dans l'organisation des excursions. Nous pouvons avancer aussi que plus il y a de touristes, plus l'île propose des excursions. Cela semble logique et expliquerait, sous cet aspect, que Sainte-Lucie ait cinq fois plus d'excursions que la Martinique et que l'île enregistre dix fois plus de croisiéristes.

Logique certes, mais dans quel sens ? Faut-il proposer suffisamment d'excursions pour attirer davantage de compagnies ou au contraire faut-il attendre les croisiéristes pour leur proposer davantage d'excursions. La première proposition semble être appropriée si l'on s'appuie sur les propos de Gloria Israël (Vice Président, *port and destinations development*, Carnival Corporation), qui lors de la 17e conférence de la FCCA (17th FCCA Conference, October 25-29 2010, Dominican Republic) affirme que « son métier est de construire des navires de croisière, celui des îles est de divertir sa clientèle. »

On pourrait croire qu'un espace aussi riche et aussi diversifié que la Caraïbe pourrait proposer des excursions aussi variées que les îles qui la composent. Mais la réalité est toute autre. En analysant les excursions proposées [pas seulement celle qui figurent dans le tableau —], nous en arrivons à la conclusion que la totalité des îles de la Caraïbe propose les mêmes types d'excursions. Une sorte de dénominateur commun à toutes les activités selon leur type.

Ainsi les îles qui auront des activités liées à la « balnéarité » vont toutes proposées du scuba-diving, du snorkelling, la location de transats au bord de l'eau, la possibilité de se baigner dans des eaux turquoise, etc. D'autres vont proposer des balades en 4*4 dans d'anciennes plantations sucrières ; toutes offrent un tour de l'île dans un bus sécurisé et climatisé, avec des arrêts sur points précis, historiques bien souvent. Les escales de croisière dans la Caraïbe se définissent selon la plus ou moins grande prédominance des types d'excursions qu'elles proposent. Certaines seront davantage orientées vers des activités nautiques, d'autres vers de l'aventure ou encore historiques ou folkloriques. Ainsi, au regard des excursions, un profil peut émerger et qualifier les destinations caribéennes.

Selon le panel d'excursions que proposent les différents *Tour Operator* et les compagnies de croisière elles-mêmes, nous pouvons distinguer les excursions en 9 thématiques communes à l'ensemble des représentants de l'activité (cf. Tableau 25).

Tableau 25— Type d'excursions selon la programmation des compagnies de croisière

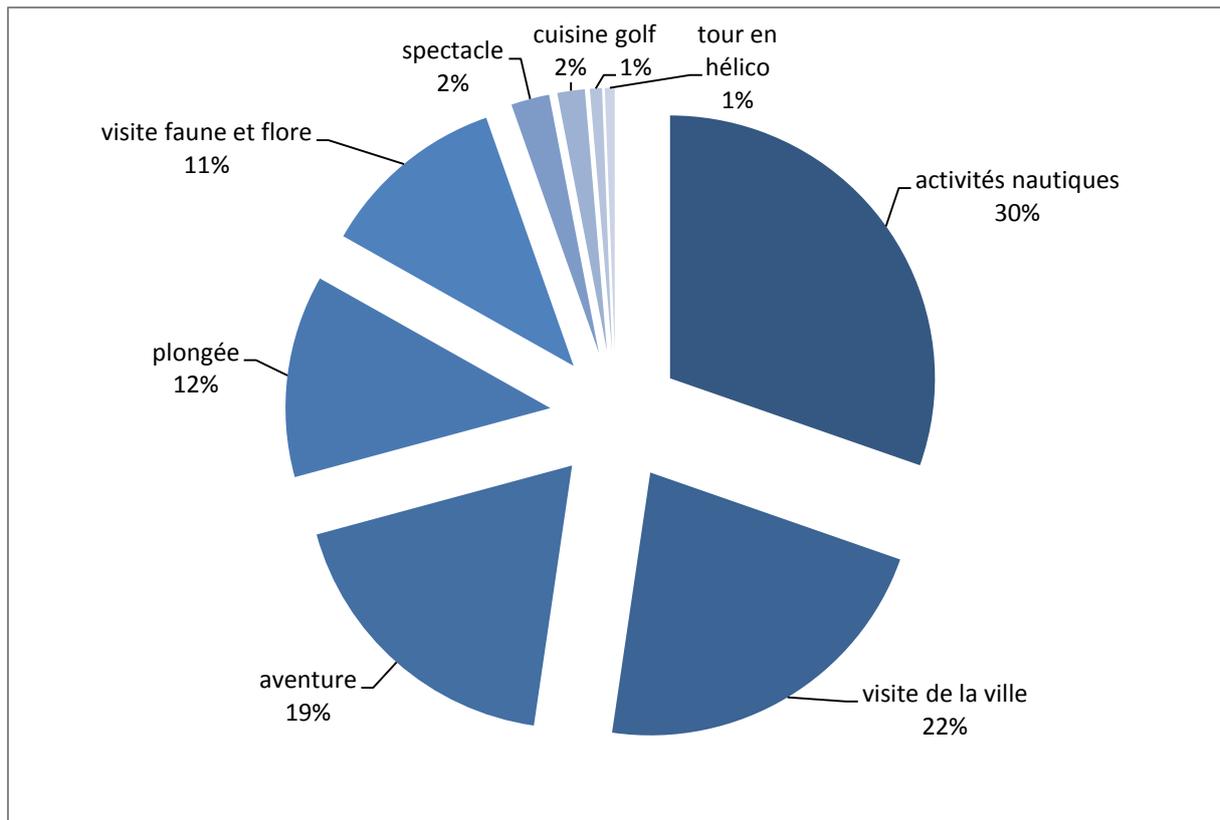
	Désignation	contenu de l'activité
1	Adventure Tours	Toutes activités, ou ensemble d'activités, qui ne s'apparentent pas à de la visite, mais se rapprochent davantage de la ballade. Sont donc compris les balades à cheval, sorties en vélos tout-terrain, parapente, randonnées en forêt ou en sortie en voiture tout-terrain
2	Activités nautiques	Les activités nautiques comprennent tout ce qui peut être organisé sur la plage ou à la mer hors plongée. L'activité nautique peut comprendre, par exemple, la location de transats ou la ballade en jet ski, la location de pédalos, etc..
3	Activités culinaires	En contact direct avec les autochtones, il s'agit d'une immersion dans l'univers culinaire du territoire en visite. Les croisiéristes peuvent alors découvrir comment et avec quoi sont cuisinés les plats typiques de la région
4	Activités aériennes	L'activité aérienne concerne l'ensemble des balades et autres locations dans les airs. Le tour en hélicoptère est le plus souvent représentatif de ce genre d'activités.
5	Golf	Une séance de Golf sur le ou l'un des greens du territoire

6	Spectacles et loisirs	Il s'agit pour l'essentiel d'assister à une représentation folklorique, de danses et autres spectacles typiques de la région
7	Sightseeing	L'ensemble des activités de visite de la ville avec bien souvent une description de l'histoire et de l'architecture. Cette activité peut se faire à pied, en calèche, en voiture ou en bus.
8	Plongée sous-marine	Plongée sous-marine avec ou sans tuba, avec ou sans bouteille
9	Visite de la faune et de la flore	Bien souvent il s'agit de balade en forêt, à la rencontre de la faune sauvage et de la flore.

Source : compagnies de croisière, 2013, 2015

Toutes ces activités sont organisées de sorte à répondre de façon le plus large possible au panel de clients que constituent les croisiéristes, c'est-à-dire qu'elles sont adaptées selon l'âge, la situation, seul, en couple avec ou sans enfant et aussi les conditions physiques. Aussi, certaines activités sont davantage présentes par rapport à d'autres ; les activités nautiques par exemple représentent le tiers de l'ensemble des excursions proposées sur l'ensemble des destinations de la Caraïbe (cf. Figure 28) Sur les 1500 excursions analysées pour la saison 2013 de croisière dans la Caraïbe, près de 500 étaient des activités nautiques et à peine 300 pour les visites de ville et de monuments historiques et les excursions dites « aventure ».

Figure 28- Les types d'excursions selon l'ensemble des excursions proposées dans les escales caribéennes.



Source : compagnie de croisière, 2013

Certes le nombre d'excursions est important pour accueillir et faire vivre le tourisme de croisière. Seulement la plus ou moins grande fréquentation de ces excursions est surtout liée au marketing, à la façon de vendre son produit.

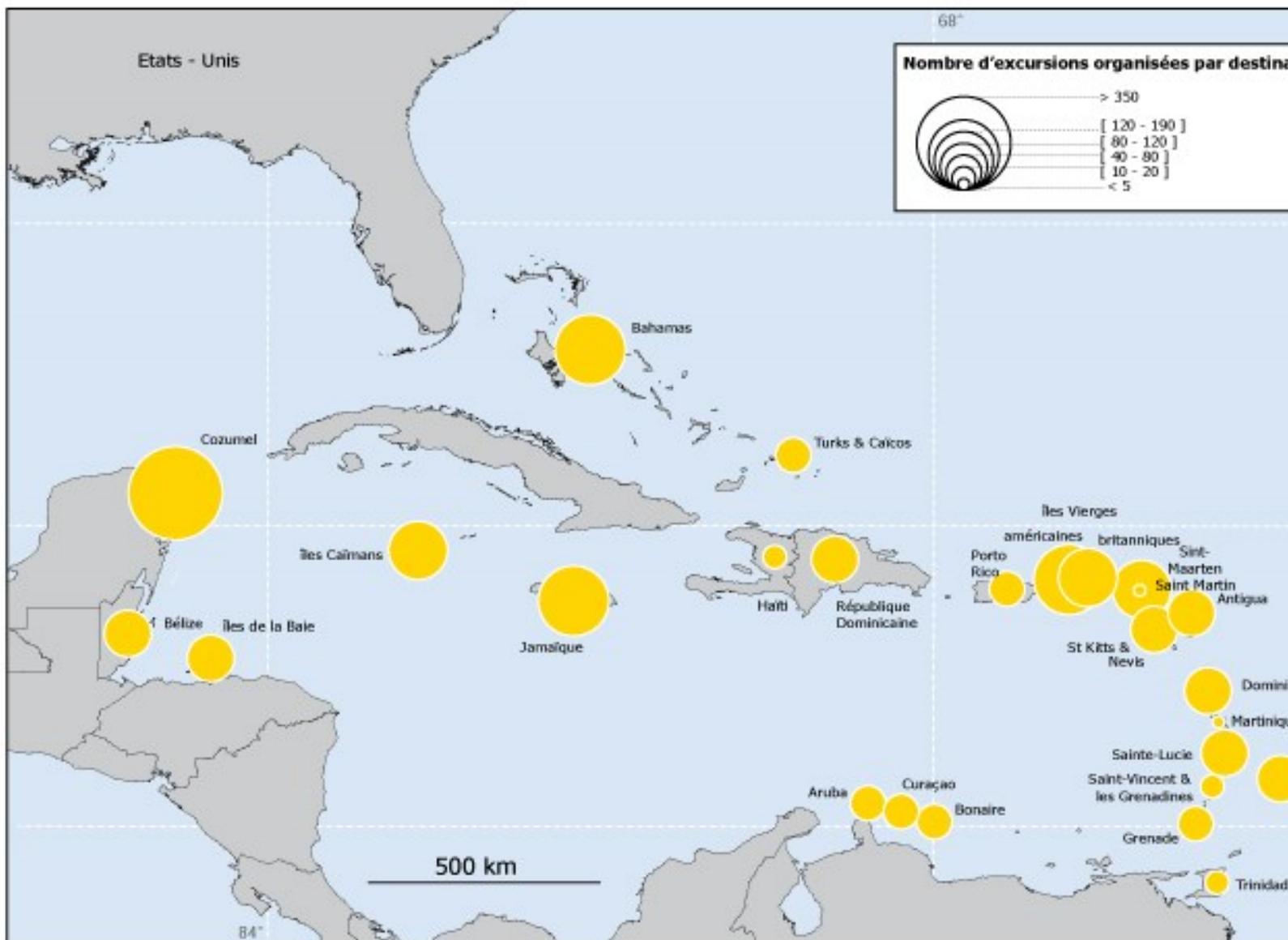
Les îles proposent la même chose, les mêmes activités. Sur un circuit, le client aura plusieurs fois la possibilité de faire de l'équitation ou encore d'aller sur une plage prétendue privée, ou il sera assuré d'être comme un Robinson, même si les 4000 autres clients du navire sont présents. L'important sera de lui faire croire à une exclusivité. De l'historique, du culturel, du sensationnel, de l'exclusif, sont les ingrédients indispensables aux excursions caribéennes ; tous les produits sont les mêmes, seul l'emballage change.

Les destinations de la Caraïbe ne sont pas égalitaires dans le nombre de prestations proposées au sol. Certaines destinations, à l'instar des Bahamas ou de Cozumel, mettent en place plus d'une centaine d'excursions redistribuées pour un peu moins d'une dizaine de compagnies ; alors que des destinations, non moins grande en terme de superficie, propose une cinquantaine d'excursions au moins, une dizaine pour les actives.

Au regard de la carte (cf. Carte 22), un certain nombre de destinations sont remarquables par le nombre d'excursions proposées. Les deux escales du Mexique, Cozumel et Costa Maya, proposent un peu plus de 350 excursions pour sept compagnies opérant sur le territoire.

En revanche, les destinations telles que Saint Vincent et les Grenadines et Trinidad et Tobago proposent moins d'une vingtaine d'excursions pour deux compagnies en service.

Carte 22— Le nombre d'excursions organisées par destination dans la Caraïbe en 2013



Source : compagnies de croisière, 2013

Les chiffres considérés concernent les excursions proposées pour la saison de croisière 2011/2012. Afin de satisfaire l'ensemble des croisiéristes en escales, les destinations

doivent proposer un nombre suffisant d'excursions afin de répondre à l'ensemble de la demande. Sous cet angle d'approche, comprenons que plus une destination enregistre des flux de croisiéristes, plus elle devra répondre à la demande d'excursion, en augmentant les capacités d'accueil de ces dernières, ou encore en les diversifiant.

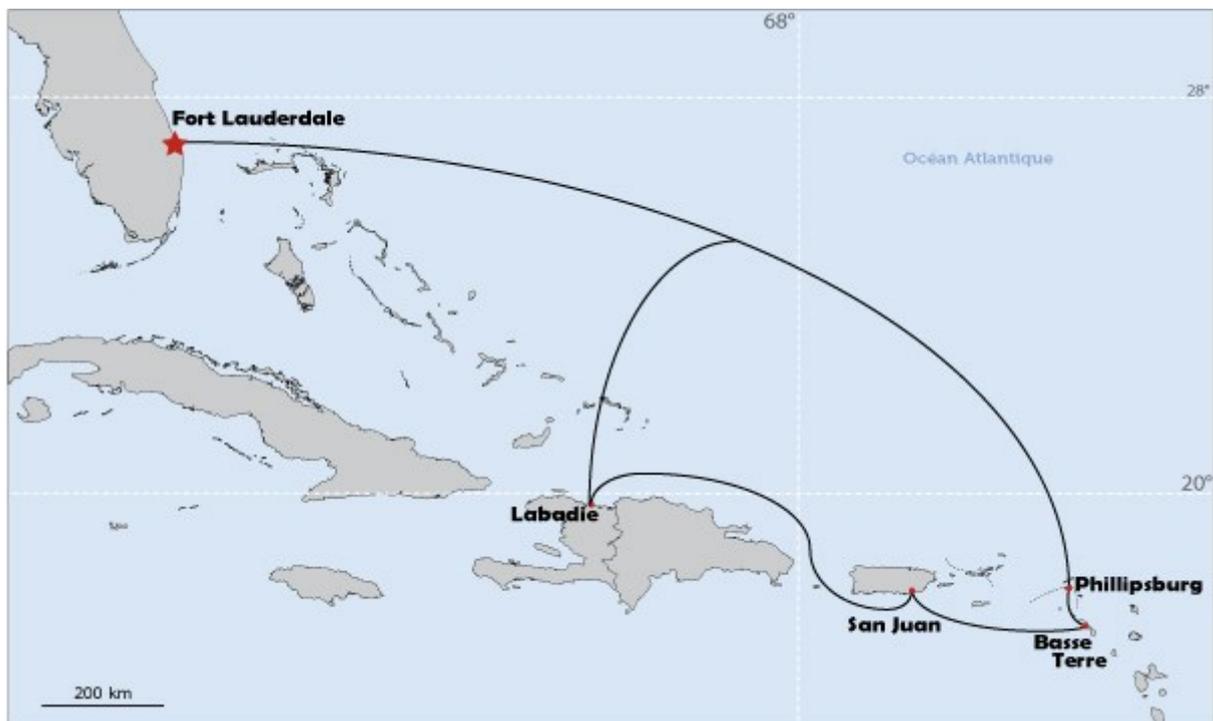
Seulement, les compagnies dépendent en grande partie du nombre de croisiéristes qui accepteront d'effectuer ses excursions.

Notons, en terme de rappel, que les navires de croisière tendent vers de plus en plus d'autonomie, et que cette dernière passe aussi par l'accroissement des aménagements dédiés au divertissement. Ainsi, navires de croisière et territoire d'accueil entrent directement en concurrence.

6.1.2 Etude des excursions d'un circuit type dans la Caraïbe

Il serait difficile de poser l'étude des excursions de croisière sur l'ensemble des circuits de la Caraïbe en un seul travail de thèse. Néanmoins, une analyse portant sur les excursions du circuit effectué par l'*Independance of the Seas* de la compagnie Royal Caribbean International fera office d'exemple.

Carte 23- Circuit de l'*Independance of the Seas* de la compagnie Royal Caribbean International (saison 2013-2014/2015).



(Source : Royal Caribbean International, 2013)

Sur la saison 2013-2014/2015, le navire effectuera des circuits de 8 jours au départ de Fort Lauderdale en Floride et à destination de Philipsburg à Sint Maarten, de Basse-Terre à Saint Kitts, de San Juan à Porto Rico, puis de Labadie en Haïti (cf. Carte 23). Le choix s'est porté sur ce circuit dans la mesure où il intègre à la fois une destination privée (Labadie, appartenant à la compagnie), une destination en Caraïbe de l'est (Porto Rico), une destination qui enregistre l'un des plus grands de croisiéristes dans la Caraïbe (Sint Maarten), et une petite entité territoriale de la Caraïbe du sud (Saint Kitts).

Le tableau ci-dessous reprend les excursions qui seront proposées aux croisiéristes durant ce circuit (cf. Tableau 26).

Tableau 26— Données sur les excursions de l'*Independence of the Seas* dans la Caraïbe

	Sint Maarten	nombre d'excursions	% de l'ensemble des activités	prix moyen en \$ US
1	Aventure	11	18	77
2	Activités nautiques	23	37	102
3	Sightseeing	13	21	87
4	Plongée	9	15	116
5	Activités culinaires	1	2	79
6	Golf	0	0	
7	Spectacles et loisirs	1	2	102
8	Visite de la faune	4	6	0
9	Activités aériennes	0	0	

	Basse-Terre (Saint-Kitts)	nombre d'excursions	% de l'ensemble des activités	prix moyen en \$ US
1	Aventure	9	20	80
2	Activités nautiques	14	32	84
3	Sightseeing	14	21	115
4	Plongée	1	15	69
5	Activités culinaires	2	2	81
6	Golf	1	0	189
7	Spectacles et loisirs	0	2	0
8	Visite de la faune	3	6	92
9	Activités aériennes	0	0	0

	San Juan (Porto Rico)	nombre d'excursions	% de l'ensemble des activités	prix moyen en \$ US
--	------------------------------	----------------------------	--------------------------------------	----------------------------

1	Aventure	10	25	109
2	Activités nautiques	4	10	110
3	Sightseeing	14	35	62
4	Plongée	2	5	123
5	Activités culinaires	0	0	0
6	Golf	0	0	0
7	Spectacles et loisirs	3	8	52
8	Visite de la faune	7	18	97
9	Activités aériennes	0	0	0

	Labadie (Haïti)	nombre d'excursions	% de l'ensemble des activités	prix moyen en \$ US
1	Aventure	9	29	56
2	Activités nautiques	17	55	72
3	Sightseeing	1	3	20
4	Plongée	4	13	48
5	Activités culinaires	0	0	0
6	Golf	0	0	0
7	Spectacles et loisirs	0	0	0
8	Visite de la faune	0	0	0
9	Activités aériennes	0	0	0

Source : Royal Caribbean International, 2013

Il est possible que les destinations proposent un certain nombre d'excursions en fonction du nombre de croisiéristes qu'elles accueillent sur une saison. Mais plus encore que la quantité d'excursions proposées se pose la question de la qualité. Il ne s'agit pas ici de qualité de prestation ou de service, mais du type d'excursion proposée. En effet, il faut que ces dernières puissent répondre à un éventail, le plus large possible de clients.

Aussi, les excursions dépendent pour grande partie du potentiel de la destination, qu'il soit historique, culturel ou naturel. Il est du ressort des destinations de jongler au maximum avec leur acquis afin de créer des excursions susceptibles d'éveiller la curiosité des clients. Ainsi, les excursions se font miroir de ce qui anime une destination. C'est-à-dire qu'une destination comme Porto Rico, avec un riche socle historique, des monuments, des places publiques des symboles de cette richesse historique, proposera davantage d'excursions correspondant à cet attrait.

Alors, comme le montre le tableau -21, les excursions correspondant aux visites culturelles et autres city tours, représentent plus d'un tiers des thématiques d'excursions proposées. En revanche, Labadie, territoire privé de la compagnie Royal Caribbean International, construit et

aménagé ex nihilo, n'a que très peu d'attache avec le reste du territoire haïtien, duquel il ne dépend plus du tout. Ici, les activités culturelles, qui font normalement appel aux aspects historiques, mais aussi à la connaissance autochtone en présence sur le territoire, ne représentent même pas un dixième de l'ensemble des activités de l'escale. Alors que les activités nautiques et de plein air représentent plus des trois quarts des excursions. Pour cause, il s'agit essentiellement d'aménagements opérés par la compagnie, qui base les activités de ses clients principalement sur la location de transats ou de bungalows privés pour la journée, ou encore sur la location de matériels tels que les kayaks, les pédalos, les jet skis, etc....

La compagnie a installé une Tyrolienne, partant de l'autre rive, et permettant aux croisiéristes de traverser la baie avec une vue imprenable de Cap haïtien, commune la plus proche de Labadie. La compagnie en fait d'ailleurs la publicité sur son site, comme étant l'excursion incontournable.

6.2 Analyse du temps de l'excursion des escales caribéennes

Une fois le navire a quai, la compagnie de croisière sous l'action du commandant de bord, indique le temps qui est imparti aux croisiéristes hors du navire pendant l'escale. Généralement, les clients ayant pris une excursion sont pris en charge directement aux portes du navire et les autres peuvent profiter librement de cette escale. Le temps passé par ces croisiéristes hors du navire dépend d'abord de la durée de l'excursion. Les déterminants de la durée du croisiériste sur le territoire sont extrêmement variables d'une île à l'autre et dépendent également de la seule volonté du croisiériste à rester ou non hors du navire.

6.2.1 De la croisière à l'excursion

En 2012, la *Florida Caribbean Cruise Association*, par l'intermédiaire du BREA, a émis un rapport concernant l'activité de croisière dans la Caraïbe. Dans ce rapport sont indiqués les temps passés, en moyenne, sur certaines escales (cf. Tableau 27 ; cf. Figure 29). C'est-à-dire que, sur l'ensemble des destinations de la Caraïbe, en tenant compte du temps à quai du navire de croisière, et plus particulièrement du temps autorisé de descente des croisiéristes à bord, a été relevé le temps que ces derniers passent effectivement au sol, qu'ils soient en excursions ou non.

A partir de cette étude, il en ressort qu'en moyenne les croisiéristes restent 4 heures sur un territoire pour des escales qui durent un peu plus de 8 heures. Si le croisiériste n'est pas sur le territoire, il ne peut être que sur le navire de croisière.

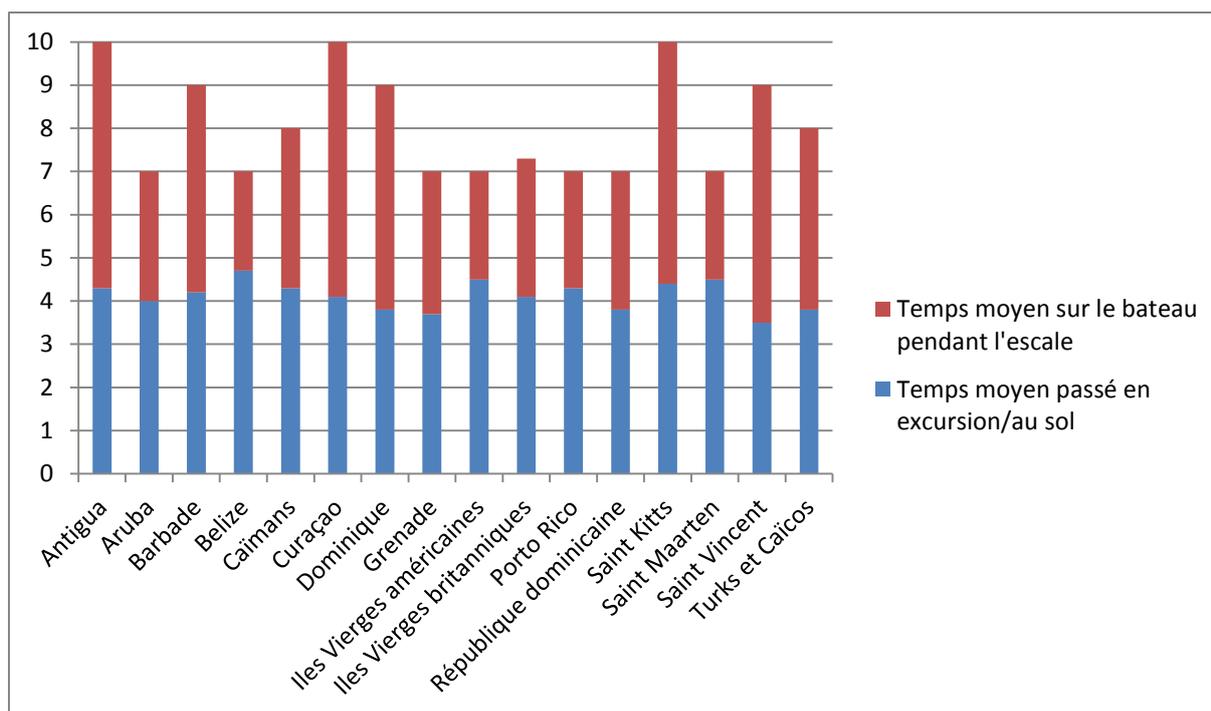
Tableau 27— Le temps du croisiériste (en heures).

	Destination	Temps moyen passé en excursion/au sol	Temps moyen de l'escale (en heure)	Temps moyen escale hors territoire
1	Saint-Kitts	4,4	10	5,6
2	Antigua	4,3	10	5,7
3	Curaçao	4,1	10	5,9
4	Barbade	4,2	9	4,8
5	Dominique	3,8	9	5,2
6	Saint Vincent	3,5	9	5,5
7	Caïmans	4,3	8	3,7
8	Turks et Caïcos	3,8	8	4,2
9	Iles Vierges britanniques	4,1	7,3	3,2
10	Iles Vierges américaines	4,5	7	2,5
11	Sint Maarten	4,5	7	2,5
12	Porto Rico	4,3	7	2,7
13	Belize	4,7	7	2,3
14	Aruba	4	7	3
15	République dominicaine	3,8	7	3,2
16	Grenade	3,7	7	3,3

Source : FCCA/BREA, 2012

Il y a deux configurations possibles lorsque le navire de croisière est à quai : la première est la possibilité pour les passagers de descendre avec un temps libre déterminé, généralement une heure après l'arrivée du bateau au terminal et jusqu'à une heure avant son départ. La seconde est tout simplement de rester dans le bateau.

Figure 29— Le partage du temps de l'escale dans la Caraïbe



Source : FCCA/BREA, 2012

Cette étude montre que le temps d'une escale n'influence pas nettement le temps moyen passé par le croisiériste sur le territoire. En effet, si l'on compare l'île d'Antigua et les îles Vierges américaines par exemple, il en ressort que pour la première le temps moyen passé au sol par le croisiériste est d'un peu plus de 4 heures, il en est de même pour le temps moyen passé dans les îles Vierges américaines, seulement, le temps de l'escale est une fois et demi plus long à Antigua que dans les îles Vierges américaines. Cette étude n'évalue que le temps des croisiéristes qui sont effectivement sortis du navire, le temps moyen passé en escale n'inclut pas le temps des croisiéristes restés à bord.

En étudiant, de façon statistique, les deux variables du temps passé en excursion et des flux, il en ressort un coefficient de corrélation positif. Cela signifie que, malgré un panel de données plutôt faible (16 pays), il y a une relation entre le temps moyen passé au sol par les croisiéristes et les flux de croisiéristes enregistrés sur la période. En effet, en corrélant les variables indiquées, il apparaît que la moyenne du temps passé au sol explique à 44 % les flux de croisiéristes. Autrement dit, le temps qui est accordé au croisiériste sur la destination intervient pratiquement pour moitié dans la décision des compagnies de croisière quant à l'affectation des escales. Bien sûr, il ne s'agit pas de la seule variable expliquant ces affectations, mais il n'en est pas moins une ébauche de réponse quant à la spatialisation des flux de croisière dans la Caraïbe.

6.2.2 Analyse du rapport des croisiéristes à l'excursion dans la Caraïbe

La FCCA, dans ses études statistiques sur le tourisme de croisière en Amérique du Nord, a émis en 2005, 2009 et 2012, une étude relative aux achats d'excursions dans la Caraïbe. Cette étude montre en premier lieu le pourcentage de croisiéristes qui ont pris une excursion sur l'ensemble des flux qu'ont enregistré les destinations. Ainsi, pour la saison 2012/2013, en moyenne 74,8 % des croisiéristes ont préféré faire confiance aux compagnies de croisière en achetant leurs excursions directement sur le navire, 15,5 % ont choisi les excursions achetées directement auprès des entreprises locales, enfin, 9,7 % sont passés par une agence avant le départ en croisière.

La tendance générale montre qu'au fil du temps, en moins d'une décennie, que les croisiéristes sont moins nombreux à effectuer des excursions (cf. Tableau 28).

Tableau 28— Pourcentage d'excursionnistes en 2005 ; 2009; 2012 dans la Caraïbe.

	PAYS	achat excursion 2005 (en %)	achats excursion 2009 (en %)	achats excursion 2012 (en %)
1	Antigua & Barbuda	71,8	48,5	51,6
2	Aruba	70,3	55,2	50,2
3	Bahamas	54,2	46,2	36,3
4	Barbade	70,5	57,8	54
5	Belize	83,2	69,5	70,3
6	Curaçao	61,2	56	49,9
7	Dominique	85,5	67,1	63,6
8	Grenade	74,9	56,4	50,7
9	Iles Caïmans	71,6	59,4	55,9
10	Iles Vierges américaines	63,1	51,2	45,5
11	îles vierges britanniques	- ²	-	60,8
12	Mexique (Cozumel)	54,75	50,7	
13	Porto Rico	61,5	44,3	48,9
14	République dominicaine	-	-	63,5
15	Sainte-Lucie	75,4	65,4	
16	Saint-Kitts & Nevis	61,1	58,4	59,4
17	Saint-Vincent	-	-	35,6
18	Sint Maarten	59,3	46,9	46,6
19	Turques et Caïques	-	-	44,2

Source BREA, 2005 ; 2012

² — : absence de données

Par exemple, les Bahamas enregistrent une perte de l'ordre de 33 % entre 2005 et 2012, 25 % pour la Dominique et de 20 % pour Porto Rico.

Cependant, il est nécessaire de relativiser ces données et ne pas être alarmiste dans la mesure où ils n'ont que très peu de sens s'ils ne sont pas corrélés aux flux de croisiéristes pour chacune des périodes indiquées. En effet, il faut tenir compte, à la fois du taux d'évolution des flux de croisiéristes sur ces territoires et du taux d'évolution effectif des excursionnistes (cf. Tableau 29).

Tableau 29— L'évolution des flux de croisiéristes-excursionnistes dans la Caraïbe, 2005/2012

PAYS	2005	2005 (%) ³	2005 (NB) ⁴	2012	2012 (%)	2012 (NB)	2005/2012 (exc) ⁵	2005/2012 (flux) ⁶
Antigua & Barbuda	466 851	71,81	335 246	551 161	51,6	284 399	-15	18,1
Aruba	552 819	70,20	388 079	582 309	50,4	293 484	-24	5,3
Bahamas	3 078 709	54,20	1 668 660	4 434 161	36,6	1 622 903	-3	44,0
Barbade	563 588	70,50	397 330	517 436	54	279 415	-30	-8,2
Belize	800 331	83,20	665 875	640 734	70,3	450 436	-32	-19,9
Curaçao	276 217	61,20	169 045	431 555	49,9	301 657	27	56,2
Dominique	301 294	85,50	257 606	266 169	63,6	169 283	-34	-11,7
Grenade	275 082	74,90	206 036	262 454	50,7	133 064	-35	-4,6
Iles Caïmans	1 798 999	71,60	1 288 083	1 507 370	55,9	842 620	-35	-16,2
Iles Vierges américaines	1 912 539	65,10	1 245 063	1 904 468	45,5	866 533	-30	-0,4
Cozumel	2 519 179	54,75	1 379 251	2 739 709	50,7	1 389 032	1	8,8
Porto Rico	1 315 079	61,50	808 774	1 051 719	48,9	574 291	-36	-20,0
Sainte-Lucie	394 364	75,40	297 350	571 894	65,4 ⁷	374 019	26	45,0
Sint Maarten	1 488 461	59,30	882 657	1 753 275	66,6	1 167 681	-7	17,8

Source : BREA, 2005 ; 2012

Ainsi, nous constatons que, dans la plupart des cas, le nombre d'excursionnistes diminue effectivement, mais que les flux de croisiéristes diminuent eux aussi. Il y a moins de clients à bord pour faire des excursions, il y a donc moins d'excursionnistes. A contrario, certaines destinations comme Curaçao et Sainte Lucie, ont des taux d'excursionnistes plus faibles entre les deux périodes (respectivement 61,2 % et 75,4 % et 65,4 % en 2005 et 49,9 % en 2012),

³ (%) : pourcentage d'excursionnistes sur l'année indiquée

⁴ (NB) : nombre d'excursionnistes sur l'année indiquée

⁵ (exc) : taux d'évolution des excursionnistes sur la période

⁶ (flux) : taux d'évolution des flux de croisiéristes sur la période

⁷ Données de 2009

mais ont en réalité 27 % d'excursionnistes en plus dans le cas de Curaçao et 26 % pour Sainte Lucie, parce que les flux ont eux-mêmes augmentés. Enfin, les Bahamas qui ont pourtant vu leurs flux augmenter de 44 % entre les deux périodes ont une diminution de 3 % du nombre d'excursionnistes, ce qui représente un peu moins de 48 000 excursionnistes en moins.

Il ne s'agit que des croisiéristes qui ont effectué une excursion, un tour organisé, sur le territoire d'accueil ; il ne faut voir là aucun rapport avec les clients qui descendent d'eux-mêmes du navire afin de visiter les lieux.

La Florida Caribbean Cruise Association a édité en 2012, un rapport de l'activité de la croisière dans la Caraïbe. Dans ce dernier figurent quelques données sur l'achat d'excursions des croisiéristes dans certains territoires. Ces résultats sont repris dans le tableau ci-dessous (cf. Tableau 30).

Tableau 30— Quelques données sur les achats d'excursions et les dépenses moyennes par passager

Destinations	Nombre d'excursionnistes	achat excursions (en %)		
		sur le bateau	au sol	agence de voyage
Antigua et Barbuda	284 399	69,4	21,5	9,1
Aruba	292 319	77,9	13,3	8,8
Bahamas	1 609 600	63,8	26,3	9,9
Barbade	279 415	78,6	11,3	10,1
Belize	450 436	70,4	15,1	14,5
îles Vierges Britanniques	237 472	66,2	24,9	8,9
îles Caïmans	842 620	71,9	18,3	9,8
Curaçao	215 346	73,1	18,8	8,1
Dominique	169 283	74	14,5	11,5
République dominicaine	214 738	78,5	14,6	6,9
Grenade	122 924	67,4	23,1	9,5
Porto Rico	514 291	62,6	31,3	6,1
St Kitts et Nevis	-	71,5	17,2	11,3
Sint Maarten	816 998	80,6	8,6	10,8
St Vincent et les Grenadines	27 411	54,5	29,3	16,2
Turks et Caïcos	-	86,8	7,1	6,1
îles Vierges américaines	866 533	75,8	16,6	7,6

(Source : FCCA/BREA 2012)

Il reprend avec plus de précisions, auprès de quel opérateur le croisiériste a acquis son excursion. Il en ressort que les excursions sont achetées en priorité sur le bateau de croisière, directement auprès de la compagnie. Il en ressort également que, mis à part les Bahamas et Saint-Vincent et les Grenadines, la plupart des destinations réussissent à faire de la moitié de leurs croisiéristes, des excursionnistes.

Trois modes d'acquisition d'excursions, le premier, auprès de l'agence de voyages avant le départ en croisière, le second auprès de la compagnie de croisière pendant le circuit et enfin directement auprès du prestataire de service lors de l'escale (cf. Tableau 31).

La prestation ne change pas, en qualité, qu'elle soit achetée sur le navire ou pendant l'escale sur le territoire d'accueil. Par contre, le simple fait qu'elle soit vendue par plusieurs entreprises, fait que son prix varie parfois du simple au double. Nous nous rendons compte qu'une fois les marges appliquées, les compagnies de croisière, comme les agences de voyages font payer beaucoup plus cher pour les mêmes prestations.

Tableau 31— La répartition des tarifs moyens d'excursion dans la Caraïbe 2012.

	prix moyen d'une excursion en \$ US			prix moyen normal d'une excursion
	sur le bateau	au sol	en agence de voyages	
Antigua	52,44	22,86	45,6	31,71
Aruba	54,84	23,87	47,68	29,9
Bahamas	72,01	31,31	62,62	43,1
Barbade	56,37	24,95	49	42,02
Belize	63,63	28,05	55,33	39,45
îles Vierges britanniques	56,05	24,39	48,74	38,7
îles Caïmans	61,2	26,61	53,22	29,85
Curaçao	47,09	21,7	41,03	28,3
Dominique	54,63	23,75	47,5	35,63
République dominicaine	58,08	28,26	50,51	22,23
Grenade	45,81	19,92	39,88	25,25
Porto Rico	44,52	19,36	38,71	25,08
Saint Kitts	67,12	27,18	58,37	48,36
Sint Maarten	53,84	23,41	46,81	32,14
Saint Vincent	47,12	20,49	40,98	31,22
Turks et Caïcos	53,11	23,09	46,27	31,93
îles Vierges américaines	55,64	24,19	48,58	28,12

Source : BREA/FCCA 2012

Les excursions achetées sur le navire sont en moyenne 22 dollars plus chers que les tarifs appliqués hors croisière, sur le territoire et 15 dollars plus chers auprès de l'agence de voyages. Seulement cette différence de prix peut être beaucoup marquée, comme en République dominicaine où les compagnies de croisière bénéficient de marges de l'ordre de 35 dollars en moyenne. Notons que les excursions vendues auprès des entreprises effectuant les excursions, sont en moyenne près de 9 dollars moins chères lors des escales de croisière que hors escale.

Quoi qu'il en soit, ce sont les compagnies de croisière qui retiennent les plus fortes marges sur les excursions qu'elles vendent sur le bateau ; de plus, sur l'ensemble des excursionnistes, la majorité a acheté son excursion sur le navire.

Ainsi, la vente d'excursions est l'un des déterminants du bon profit des compagnies de croisière..

6.3 Le temps de l'excursion dans les escales caribéennes : sur l'exemple de l'île de la Dominique

Cette nouvelle sous partie s'intéresse à l'île voisine de la Martinique, la Dominique accueillant près de 300 000 croisiéristes en 2012 (CTO, 2012), et savoir comment s'organise le territoire de cet écrin de verdure (discoverdominica) pour l'accueil des clientèles tourisme et plus particulièrement celle de la croisière. L'aspect très accidenté des côtes Dominicaines, laisse penser que l'île n'offre pas un milieu géographique des plus faciles (cf. Carte 24). L'hostilité de ses courbes, contrairement à ce que nous pourrions penser, cache une véritable bouffée d'air pur à quiconque s'aventurerait dans ses terres.

L'expérience sur le terrain de 2007 puis de 2008 et enfin de 2010, nous ont permis de faire connaissance avec ce territoire dont la singularité première est qu'elle ne possède pas de plages de sable blanc. Néanmoins, l'île a su faire valoir bien d'autres atouts charme et s'appuie d'ailleurs sur l'essentiel : sa nature.

Deux aéroports permettent la desserte de la destination, celui de Canefield, non loin de la capitale Roseau, et le Melville Airport à Saint Andrews au Nord-est. Aucun des deux aéroports n'accueille de vols en provenance de l'Europe. Ils s'appuient pour cela sur les aéroports des îles voisines de la Martinique et de la Guadeloupe, qui accueillent trois à quatre charters venant d'Europe, de France principalement. L'aéroport de Canefield permet l'atterrissage de petits avions venant essentiellement de la Caraïbe.

Si l'aéroport de Canefield ne reçoit que de petits appareils, celui de Melville est accessible aux gros appareils de la compagnie aérienne American Airlines, entre autres.

La route principale, aussi accidentée que le terrain sur lequel elle repose, contourne les principaux massifs montagneux de l'île, mais dessert cependant une grande partie du territoire. Enfin, cette ancienne colonie britannique de 754 km² profite d'une géographie particulière qui l'oblige à développer un tourisme sans proposer les plages de sable blanc comme à la Dominique, mais un produit touristique qui lui est propre, axé sur la nature et le naturel.

Carte 24— L'île de la Dominique



Source : Google maps, discover dominica, 2014

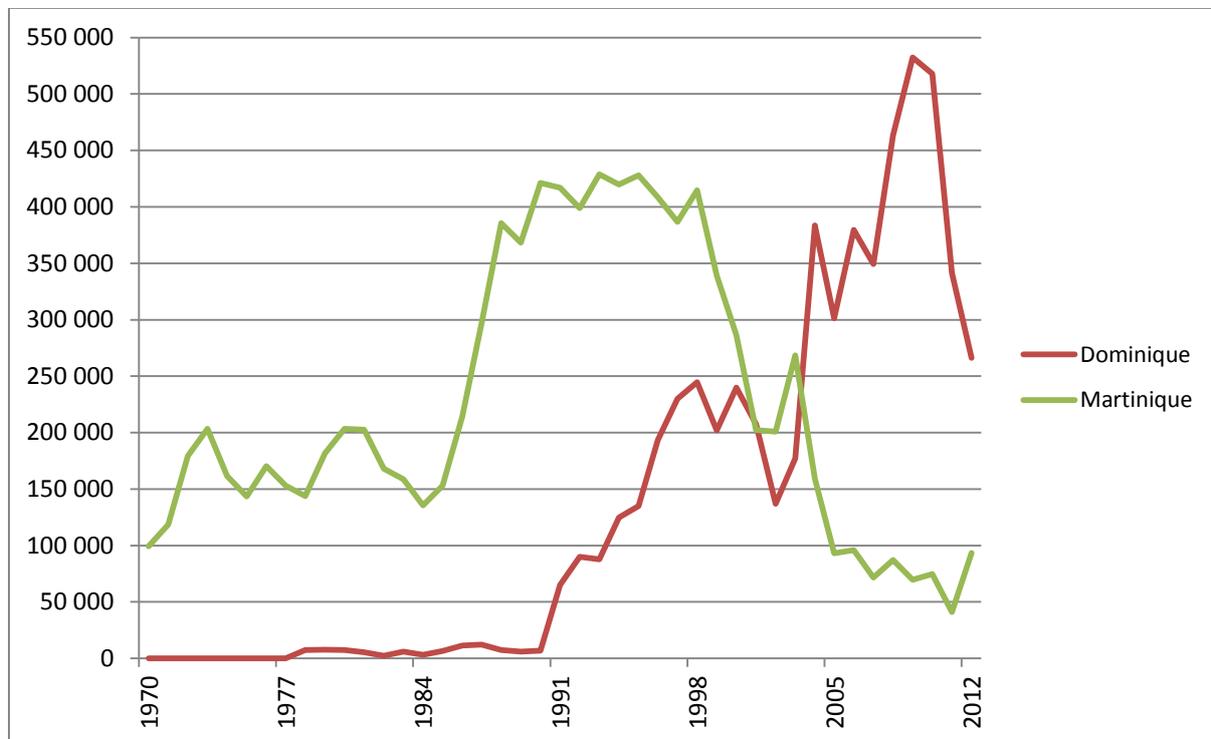
6.3.1 Le tourisme de croisière à la Dominique

Le tourisme de croisière a débuté à la fin des années 1970, alors que l'île voisine de la Martinique recevait déjà des navires une dizaine d'années plus tôt (cf. Figure 30). Cependant, les deux destinations n'ont pas les mêmes courbes d'évolution. Les tendances s'inversent à partir des années 2000, la Martinique connaît une diminution très significative des flux de croisiéristes lorsque la Dominique prend un rythme à l'augmentation de ses escales.

Toutefois, la Dominique a connu une baisse de moitié de ses flux sur à peine une saison. Nous en avons conclu, après recherche, que le retrait de la compagnie Carnival Cruise Line, dans les circuits incluant la Dominique, justifiait cette réduction.

Quoi qu'il en soit, la Dominique enregistre toujours plus de flux que la Martinique et les stabilise à environ 250 000 croisiéristes par an. Néanmoins, la forte diminution engagée à partir des années 2010 s'explique par le retrait des escales des navires de la Carnival Cruise Line, pas uniquement à la Dominique, mais dans toute la Caraïbe du sud.

Figure 30— L'évolution du tourisme de croisière en Martinique et à la Dominique de 1970 à 2013.



Source : Dowling, 2005 ; CTO

Les excursions commencent à l'extérieur de l'espace portuaire à partir du boulevard *Dame Eugénia Charles* (cf. Photographie 12).

Toujours à partir des thèmes de la compagnie *Royal Caribbean International*, et des excursions qu'elle propose sur la Dominique, nous pouvons établir le tableau suivant. 31 excursions sont prévues au programme de l'escale, à partir du port de Roseau.

L'île peut profiter de la multitude de rivières qui la parcourent, et proposer aux croisiéristes des expériences exceptionnelles, dans la mesure où l'ensemble des îles voisines ne de choix que le milieu marin. L'absence de plage n'est pas un handicap pour la destination, bien au contraire, elle a su en faire une force et en faire sa marque de fabrique.

Les activités relatives à la nature, nautiques et culturelles sont les fondements des excursions à la Dominique et prédominent de ce fait l'ensemble des activités (cf. Tableau 32).

Tableau 32— Données sur les excursions à partir du port de Roseau, à la Dominique

		nombre d'excursions	% de l'ensemble des activités	prix moyen en \$ US
1	Aventure	16	22	71
2	Activités nautiques	18	25	74
3	Sightseeing	22	31	69
4	Plongée	5	7	78
5	Activités culinaires	3	4	100
6	Visite de la faune	8	11	74

Source : compagnies de croisière, 2013

Avec des fonds marins, pourtant riches, les excursions liées à la plongée ne sont pas représentatives à la hauteur de la diversité que cette flore et faune marine peuvent offrir. Ceci s'explique entre autres par le temps à parcourir pour atteindre les sites de plongée. En effet, la distance par rapport au terminal de croisière doit être courte pour permettre une excursion dans un timing, accord entre le territoire et les compagnies de croisière. Les activités de plongée nécessitent également un matériel adapté que les sociétés d'excursions du pays ne peuvent se procurer en grande quantité.

Alors, seuls de petits groupes de croisiéristes peuvent profiter de cette excursion qui demeure parmi les plus chères que propose l'île. Enfin, il s'agit peut-être également d'un souci de préservation du territoire, où les ressources naturelles et leur protection restent une priorité, et de ce fait les autorités territoriales en limitent l'accès. Aussi, les visites de la faune sont

soumises à la saisonnalité de la migration des baleines, certaines ne sont pas propices et l'île ne peut donc garantir de la visite ou non des mammifères marins. Donc, peu d'excursions sont proposées et sont systématiquement associées à une autre activité.

Photographie 12— Le terminal de croisière de Roseau en Dominique



le *Celebrity Summit* à quai à Roseau, Dominique avril 2012
Source : Katerina Prochazkova



poste de surveillance et de sécurité, et le *Norwegian Pearl* à quai. Le terminal de croisière de Roseau à la Dominique, mars 2007.
Source : photo personnelle de l'auteur



vue d'ensemble du front de mer, et du terminal de croisière de Roseau, Dominique avril 2012
Source : KaterinaProchazkova

Une vingtaine de sites sont au répertoire des excursions de croisière sur l'île de la Dominique. La plupart d'entre eux ne se trouvant pas à plus d'une quinzaine de kilomètres du port de Roseau, et localisés à parts égales sur le littoral et à l'intérieur des terres.

A partir de ces 20 sites, les compagnies de croisière proposent de 29 excursions pour la *Royal Caribbean International* et *Celebrity X Cruise Line*, 18 excursions pour *Princess Cruise Line*, et 13 pour la compagnie *Holland America cruise Line*.

6.3.2 Perspectives de développement et approche territoriale pour la Martinique

Au regard de tous éléments développés au sujet des excursions de croisière dans la Caraïbe, et dans la Caraïbe, cette dernière sous-partie se veut être un état des lieux en vue de développement pour l'île de la Martinique.

La Martinique a connu au fil des années, une diminution continue de ses flux de croisiéristes. Entre 2000 et 2012, les flux sont passés de 286 200 à 93 545 croisiéristes, soit une perte de 5 % en moyenne par an (CTO, 2012).

Pendant que les autres destinations consolident leur politique de développement du tourisme de croisière, la Martinique est restée sur les mêmes positions et n'a pas su profiter de l'expansion de l'activité dans le bassin caribéen.

En nous appuyons sur les différentes expériences précédemment énoncées, et à partir des différents terrains exploités, nous proposons une maquette d'aménagement de ce que pourrait être la croisière à la Martinique en nous appuyant essentiellement des réalités territoriales.

Il ne s'agit pas de dire comment faire pour augmenter les flux, ou encore de donner des leçons à qui que ce soit, seulement une présentation d'aménagement afin d'améliorer les conditions d'accueil en se basant sur des expériences caribéennes qui ont déjà fait, et qui continue à faire leurs preuves.

Si la volonté est réellement de développer le tourisme de croisière à la Martinique, certains éléments sont à prendre en compte.

La désaffection de la destination martiniquaise par les compagnies de croisière, visible par la décroissance de l'activité en terme de flux de croisiériste est due à la fois à l'accroissement de la concurrence caribéenne et à la qualité des prestations d'excursions offertes.

Le nombre d'excursions proposées, 11 en moyenne (4 sur la saison 2008/2010, sites compagnie de croisière 2010) et la faiblesse des excursionnistes effectifs sur le territoire (environ 30 %, BREA 2009), sont les deux éléments avancés quant au fait que l'activité de

croisière soit en nette diminution sur l'île. Au regard de ce que proposent les îles voisines proches, la Dominique, Sainte Lucie, ou lointaines, Cozumel, la Jamaïque ou Sint Maarten, la Martinique a un lourd travail de remise à niveau pour pouvoir espérer jouer de la concurrence dans le bassin caribéen. Une restructuration simple des excursions et une meilleure répartition de ces derniers dans l'espace seraient les premiers éléments de réponse.

Les mutations du marché de la croisière ces 10 dernières années, et les nouvelles tendances qui en découlent ont pénalisés les îles françaises de la Caraïbe, car elles n'ont pas su surfer sur cette nouvelle vague et ont perdu le rythme de l'évolution, à la fois du côté des compagnies de croisière qui proposent des navires 2,5 fois plus grands qu'au début des années 1990 et du côté des territoires d'accueil qui proposent des infrastructures d'accueil suffisamment efficaces sans tenir réellement compte des limites géographiques du territoire.

Notons aussi la montée en puissance des îles privées, dépendances des compagnies de croisière, qui peuvent à leur aise bénéficier d'un morceau de territoire pour étendre leur activité sans obligation de négociation avec quelque administration dirigeante.

La Martinique ne tient plus alors qu'une place marginale dans l'ensemble de l'activité et n'atteint même la centaine de milliers de croisières depuis près d'une dizaine d'années.

Dans un but premier de diversifier les excursions à la Martinique, et pour répondre aux attentes des différentes catégories de clientèle, l'offre touristique régionale doit présenter une diversité de formules d'excursions, des plus simples aux plus originales. Il est urgent de les augmenter en nombre en tenant compte des spécificités territoriales de Fort-de-France, centre économique, administratif et commercial de l'île. Les horaires de bureau coïncident avec les arrivées des navires de croisière, ce qui crée une sorte de congestion de l'espace à des heures stratégiques. Pour pallier au problème, il existe deux solutions qui au final se complètent. Alors, le temps du croisiériste sur le territoire peut être partagé, ce qui permet de proposer, comme c'est déjà le cas à Sainte-Lucie, des excursions à la demi-journée (la matinée ou l'après-midi) ou à la journée avec prise en charge de la restauration du midi.

Le matin, les grands axes routiers seront à éviter, ou mieux encore, la prise en charge des croisiéristes sera retardée, laissant le temps à la circulation de se désengorger. Les voies maritimes seront à privilégier dans la mesure où les croisiéristes peuvent être acheminés, toujours sous forme d'excursion vers la ville voisine des Trois Îlets, accessible en 15 minutes en bateau. Une fois sur place les excursionnistes pourront profiter des places et des différents bars et restaurants qui s'y trouvent. La prise en charge de ces croisiéristes se ferait directement du quai d'accostage vers la navette maritime. Ainsi, les affluences de la ville de Fort-de-France seront mieux gérées.

Lors de la grève générale, débutée le 5 février 2009, qui a paralysé le pays, nous avons pu constater que les navires de croisière accostaient au large de la commune des Anses-d'Arlet, pour le plus grand plaisir des commerçants locaux. La capitale, Fort-de-France, port d'escale principal étant complètement bloqué, les Anses-d'Arlet sont devenus, le temps du blocage, port d'escale.

N'est-il pas là un début de réponse afin d'éviter la congestion urbaine de la ville de Fort-de-France ? Proposer plusieurs lieux d'escale, nous avons vu qu'au sud de l'île, les Anses-d'Arlet s'y prêtaient bien, et au nord, la commune de Saint Pierre pourrait se présenter comme principale escale de cette partie de l'île.

Si tel pouvait être le cas, les excursions seraient mieux distribuées sur l'ensemble du territoire, et les plages de l'extrême sud seraient davantage accessibles. La quantité d'excursions proposées reste le talon d'Achille de la destination Martinique, afin de les augmenter il faudrait davantage les diversifier ; du kayak aux salines, une visite culturelle à Saint-Pierre, de la plongée dans la baie des Anses d'Arlet, de la randonnée sur les hauteurs. Et même de proposer une Tyrolienne, comme sur l'exemple de Labadie. Il s'agit de spécialiser le lieu afin qu'il devienne territoire privilégié de la croisière.

Conclusion

Il n'a pas été possible au cours de ce travail de recherche d'identifier celui qui a défini les thématiques d'excursions auxquelles se réfèrent à la fois les territoires d'accueil et les compagnies de croisière.

L'hypothèse la plus probable est celle que ce sont les compagnies elles-mêmes qui ont proposé de catégoriser les excursions par thèmes et par cible de clients pour leur faciliter le choix à bord. Le tableau ci-dessous reprend les thématiques communes à l'ensemble des acteurs de croisière dans la Caraïbe (cf. Tableau 33).

Tableau 33— Les thématiques de croisière dans la Caraïbe

Désignation		contenu de l'activité
1	Adventure Tours	Toutes activités, ou ensemble d'activités, qui ne s'apparentent pas à de la visite, mais se rapprochent davantage de la ballade. Sont donc compris les balades à cheval, sorties en vélos tout-terrain, parapente, randonnées en forêt ou en sortie en voiture tout-terrain
2	Activités nautiques	Les activités nautiques comprennent tout ce qui peut être organisé sur la plage ou à la mer hors plongée. L'activité nautique peut comprendre, par exemple, la location de transats ou la ballade en jet ski, la location de pédalos, etc..
3	Activités culinaires	En contact direct avec les autochtones, il s'agit d'une immersion dans l'univers culinaire du territoire en visite. Les croisiéristes peuvent alors découvrir comment et avec quoi sont cuisinés les plats typiques de la région
4	Activités aériennes	L'activité aérienne concerne l'ensemble des balades et autres locations dans les airs. Le tour en hélicoptère est le plus souvent représentatif de ce genre d'activités.
5	Golf	Une séance de Golf sur le ou l'un des greens du territoire
6	Spectacles et loisirs	Il s'agit pour l'essentiel d'assister à une représentation folklorique, de danses et autres spectacles typiques de la région
7	Sightseeing	L'ensemble des activités de visite de la ville avec bien souvent une description de l'histoire et de l'architecture.
8	Plongée sous-marine	Plongée sous-marine avec ou sans tuba, avec ou sans bouteille

9	Visite de la Faune et de la Flore	Bien souvent il s'agit de balade en forêt, à la rencontre de la faune sauvage et de la flore.
---	-----------------------------------	---

Les thématiques permettent de donner une identité aux territoires d'accueil. Comme le montre ce chapitre, Porto Rico donne davantage d'aspects historique et culturel aux excursions alors que Cozumel et Labadie s'appuient sur les richesses et l'image emblématique de la plage de sable fin et de la mer cristalline que renvoient les paysages côtiers.

Le lien entre le choix de la destination et la plus ou moins grande prédominance d'excursions n'est pas clairement établi. Seulement, il s'agit du lien qui unit directement les compagnies de croisière aux territoires d'accueil et il reste impératif pour ces derniers de répondre au mieux aux attentes des compagnies, car c'est le fondement même de l'activité dans le territoire.

Conclusion de la partie II

Dans le cadre du développement du tourisme de croisière, deux territoires doivent s'organiser pour répondre au mieux aux exigences, d'abord des compagnies de croisière qui affectent les bateaux à partir des ports-base, et les clientèles que ces compagnies transportent. La structuration des ports-base, leur capacité d'accueil et les circuits qui sont proposés semblent être des éléments sélectifs au regard de la différenciation des niveaux d'activité, en matière de croisière, des différents ports-base desservant la Caraïbe.

Ce chapitre montre, à partir de la prédominance de Miami en tant que port-base, l'orientation stratégique des autres ports-base états-uniens aux petites structures antillaises. La typologie des ports-base qui repose à la fois sur les navires et les compagnies basées que sur la spécialisation portuaire, c'est-à-dire les activités prédominantes qui animent ces structures, montre que contrairement au port de Miami, les autres ports-base ne se placent que sur de petits segments de marché avec des effectifs d'unités navigantes réduits. Ce facteur spécialisation est d'autant plus important qu'il peut orienter les autorités territoriales, au regard des engagements de la Martinique et de la Guadeloupe par exemple, à s'appliquer dans les meilleures stratégies de développement possible pour acquérir le niveau d'exigence qu'impose la mise en place d'un port-base. Quoiqu'il en soit, et du point de vue des destinations, qui s'appliquent à investir dans des infrastructures portuaires suffisamment efficaces pour l'accueil des navires, il a été impossible de savoir si les thématiques proposées pour les excursions étaient décidées d'un commun accord entre compagnie de croisière et territoire d'accueil ou s'il s'agissait d'une volonté imposée de l'une ou l'autre partie.

Comme le découpage de la Caraïbe en zone de navigation, les excursions de croisière sont sélectionnées par les compagnies de croisière, catégorisées et vendues à partir d'un langage commun à toutes les îles. Les ne sont pas distillées en vrac aux croisiéristes, mais empaquetées ou étiquetées pour renvoyer immédiatement un message aux croisiéristes. La relative homogénéité des activités proposées d'une île à l'autre ne permet pas aux destinations de se différencier les unes des autres ; les activités nautiques, les visites, la plongée, tout semble être défini de la même façon dans la Caraïbe. A ce niveau, ces seules activités ne sauraient être un des facteurs déterminants quant au choix des compagnies de croisière d'affecter ou non un navire sur une destination. Par contre, leur nombre et les bénéfices qui peuvent en être escomptés sont certainement un argument de poids des territoires d'accueil quant à l'affectation d'un navire.

Partie III — Nouveaux enjeux et défis du tourisme de croisière dans la Caraïbe

La croisière donne l'opportunité de voir le monde, de parcourir des lieux typiques avec leur patrimoine et leur ambiance culturels à travers cette bulle protectrice. Ces lieux de séjours correspondent aux concepts de « *tourist bubble* » (Judd, 1999) et de « *resort enclave* » (Cole, 2004).

L'innovation, la qualité et la diversité des produits à bord, liée à une gestion rationnelle des coûts, sont les objectifs principaux des compagnies. Le bateau fonctionne comme un centre de séjour autonome conçu comme une bulle touristique festive construite dans un décor de parc à thème flottant. Les navires garantissent aux clients un espace exclusif, contrôlé, sous surveillance dans un environnement sécurisé, consacré exclusivement aux touristes et aux employés qui les servent.

Un enjeu est par définition ce qui est mis en jeu entre deux parties. Le défi quant à lui se définit comme étant le but à atteindre ou le positionnement de chacun dans le développement d'une économie.

En ce sens, et selon notre angle d'approche, les nouveaux enjeux du tourisme de croisière se placent du point de vue des territoires d'accueil. Ils doivent s'adapter au choix des compagnies de croisière en terme de circuits et de destination. De ces enjeux naissent les défis que doivent s'imposer les territoires d'accueil. Face à des navires de plus en plus autonomes, le champ d'action et le pouvoir de décision des territoires d'accueil est de plus en plus réduits et les contours de la destination ont davantage tendance à se limiter aux portes du navire.

Cette troisième partie est dans un premier temps, une vision de la croisière sous l'angle d'approche et le point des vue des compagnies de croisière, et dans un second temps c'est une analyse des impacts de cette activité à la fois sur les clientèles que les compagnies de croisière transportent, mais également sur le milieu marin qui héberge son cadre naturel.

Chapitre 7 — Lorsque le bateau de croisière s'impose comme la destination

Le paquebot de croisière ne doit pas être entendu comme un simple moyen de transport reliant des escales, plus ou moins aménagées pour la circonstance, qui motiveraient le déplacement du visiteur. Le paquebot fait partie intégrante du voyage d'agrément ; il est même au cœur de cette expérience touristique. C'est là une distinction fondamentale qui fait l'originalité de l'objet croisière : le moyen de transport est également le lieu de séjour principal à partir duquel sont définies des excursions à la journée, voire à la demi-journée. Les paquebots de croisières sont « des destinations touristiques en soi, reléguant au second plan les territoires auxquels ils se sont substitués » (Logossah, 2007 : 27).

Ce paquebot de croisière est un véritable complexe touristique flottant, un *resort* avec toutes les prestations et les aménités nécessaires aux besoins du client (Logossah, 2007 ; Grenier, 2008, Dehoorne et *al.* 2009). Le navire de croisière est donc un *mobile resort* (Wood, 2000 ; Dowling, 2006), un lieu festif et sécurisé, à partir duquel défilent les paysages exotiques, ce *resort* flottant est devenu la destination. Les campagnes marketing mettent l'accent sur le navire, ses aménités et ses multiples services (Dowling, 2006, Logossah, 2007, Dehoorne et *al.* 2009) ; les escales agrémentent les voyages.

Ce chapitre analyse le comportement des compagnies de croisière dans un contexte de bulle touristique flottante, avec pour objectif d'étudier le navire comme première destination de la croisière et d'en exposer les risques physiques pour les croisiéristes.

7.1 Le paquebot de croisière : lieu festif, entre soi et altérité contrôlée

L'affirmation du bateau de croisière comme destination s'est dessinée à partir des années 1970. En effet, face à la concurrence imposée par les transports aériens dès le début des années 1950, le paquebot perd tout intérêt en tant que moyen de locomotion pour les voyages transocéaniques. Il fut donc impératif de définir un véritable produit original (Dehoorne et al, 2013).

Le navire est devenu la première destination de croisière à partir des années 1972 avec le concept de *fun ship* de la compagnie *Carnival Cruise Line*. Les paquebots ne sont plus considérés comme tels ; la compagnie conçoit désormais ses navires en y incluant des éléments permettant d'augmenter le temps passé à bord. De la simple piste de footing aux toboggans aériens en passant par le concept de *fun ship 2.0* (qui comprend des salles de jeux de dernière génération), les navires sont les premières destinations de croisière.

7.1.1 Le navire de croisière : une destination en soi

Une fois le concept de *fun ship* lancé en 1972, l'idée déjà sous-jacente que le navire est au cœur de la croisière est lancée. Le paquebot de croisière prend une place beaucoup plus importante qui ne le cantonne plus au simple relais permettant d'aller d'une escale à l'autre, ni comme complexe hébergeant des croisiéristes.

Le *fun ship*, comme son nom l'indique (*fun* signifie amusement en français et *ship*, navire), consiste à rendre le navire plus vivant, plus festif, il est de ce fait modifié dans sa composition et dans ces aménagements, enrichi en équipements sportifs, nautiques et de spectacles. Alors, le *Tss Festivale*, navire de croisière au service de la compagnie de 1977 à 1998 (Ward, 1994) a été conçu et aménagé pour ce concept. Long de 230 mètres et pouvant accueillir jusqu'à 1432 passagers était équipé de 3 piscines extérieures, d'un casino, d'un gymnase, d'un sauna d'une salle de cinéma d'environ 202 places, d'une librairie et d'une salle de jeux pour les enfants. Ce sont là les prémices du *fun ship*, augmenter les ménagements et festivités à bord afin de capter un maximum l'attention des passagers.

En 1990, c'est le *Ms Fantasy* qui est mis à flot et qui renforce le concept en étant équipé cette fois de 6 bains à remous (jacuzzi) réservé à l'ensemble du bateau et 28 cabines équipées de leur jacuzzi personnel. En plein boum du gigantisme, le *Ms Fantasy* est beaucoup plus grand que son prédécesseur avec ses 1022 cabines, ses deux salles de restaurant et ses 14 ascenseurs (le *Tss festivale* possédait 580 cabines, une salle de restaurant et 4 ascenseurs)

Les géants des mers sont désormais équipés de rues piétonnes, de magasins, de places publiques comme cela est visible aujourd'hui dans les grandes villes. Il y a même des monuments et autres statuettes, cliché récurrent dans l'analyse des photographies de vacances des croisiéristes. Des prises de vue incontournables comme me ferait un touriste au pied de la tour Eiffel à Paris, ou de la Statue de la Liberté à New York.

En s'appuyant sur l'analyse des trois derniers fleurons de la flotte de croisière, le *Carnival Breeze* de la compagnie *Carnival Cruise Line*, l'*Allure of the seas* de la *Royal Caribbean* et du *Norwegian Epic* de la *Norwegian Cruise Line*, il paraît plus évident de voir à quel point ces navires font preuve d'ingéniosité quant au divertissement de leur clientèle. Les festivités rythment les moments passés à bord, et au-delà des simples équipements permettant le divertissement du client, c'est toute la stratégie de la compagnie pour capter son attention de façon permanente.

De 3600 passagers pour le plus petit à 6400 pour le plus gros, ces paquebots de dernière génération accueillent davantage de passagers si on les compare aux navires de génération précédente. Le principe premier du *fun ship*, est de mettre en place suffisamment d'équipements en tous genres de sorte à garder au maximum le client à l'intérieur du bateau sous couvert d'un amusement permanent. Si la compagnie *Carnival Cruise Line* a mis un nom sur ce procédé, ni la *Royal Caribbean International* et la *Norwegian Cruise Line*, n'affichent clairement leur positionnement de la sorte. Et pourtant, les navires sont étrangement identiques dans leur construction.

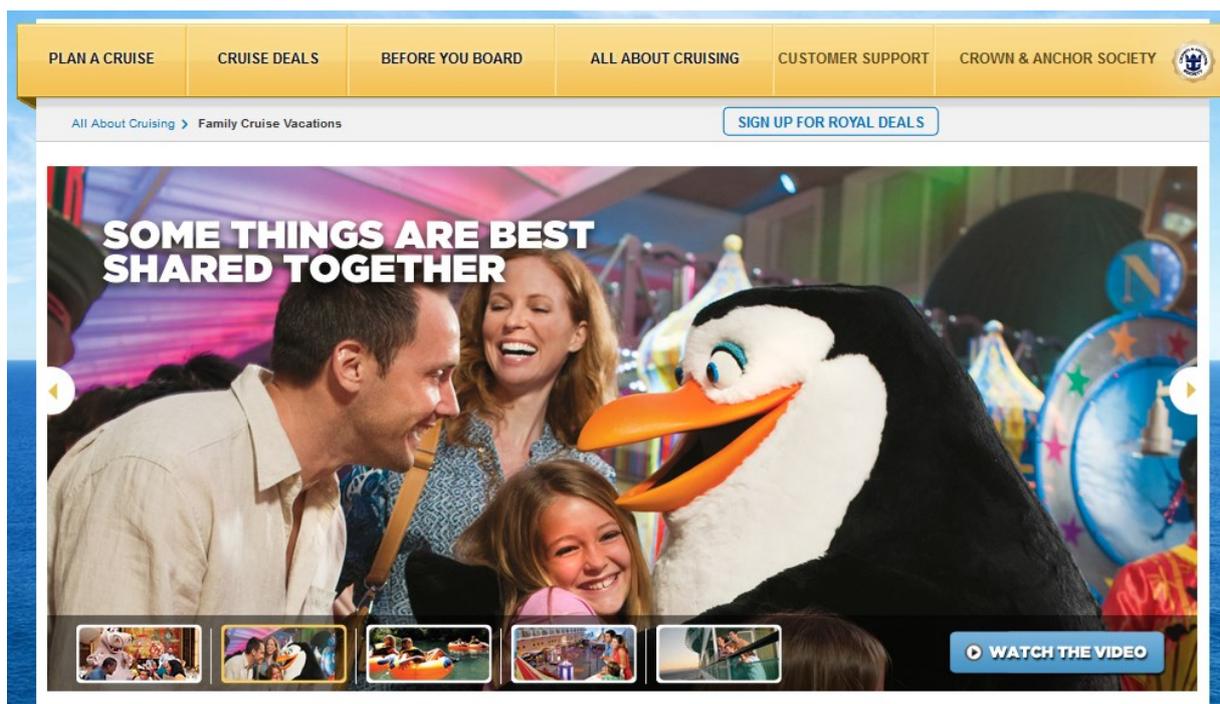
Sur le plan de la restauration, le nombre de restaurants (7 en moyenne pour les trois navires) n'a que peu d'importance au regard du questionnement soulevé ici. La vraie question concerne la diversité de ces restaurants et la qualité du service qui y est apporté. En effet, les quatre coins du monde sont représentés, de la cuisine asiatique aux hamburgers et fastfoods américains en passant par la finesse des palais italiens ; tout y est pour répondre à tout moment aux attentes des clients. Il y a toujours un restaurant d'ouvert, il y a toujours une restauration de disponible sur le navire.

Mais c'est surtout sur le plan du divertissement que ces navires se démarquent les uns des autres, depuis l'arrivée du *Norwegian Epic* sur le marché en 2010, un phénomène, pourtant pas nouveau, a pris une ampleur considérable et c'est propagé, comme le concept du *fun ship*, d'une compagnie à une autre. La compagnie, *Norwegian Cruise Line* a fait entrer le personnage de dessins animés Bob l'éponge sur son bateau, puis le Blue man group, groupe d'artistes et de musiciens très connus aux Etats-Unis. Avec l'entrée dans les navires de ces

personnages, les clients peuvent désormais s'identifier au navire, et plus largement à la compagnie. En plus de pouvoir profiter des nombreux équipements du navire, il est désormais possible d'approcher des stars très prisées, ou simplement aller à la rencontre des personnages animés regardés quotidiennement à la télé.

Surfant sur cette vague du spectacle, la compagnie *Royal Caribbean International* a immédiatement enchaîné en introduisant à son tour les personnages des derniers dessins animés de la Dreamworks à savoir Madagascar, Kung Fu Panda, Shrek et plus récemment Turbo (cf. Figure 31). La *Carnival Cruise Line* concepteur du *Fun Ship*, n'est pas en reste puisque qu'elle fait bénéficier à sa clientèle de la présence des personnages nés de la plume du Docteur Theodor Seuss, le chat chapeauté, le Grinch.

Figure 31— Capture d'image : les pingouins du célèbre dessin animé Madagascar sont à bord des navires de la compagnie Royal Caribbean International.



Source : Royal Caribbean International, 2015

Plus encore que le concept de *fun ship*, la compagnie *Carnival Cruise Line* est la seule à proposer ce qu'elle appelle « *fun day at sea* ». Il s'agit d'un concept, qui comme le *fun ship*, vise à faire profiter aux passagers, au maximum, les aménagements du navire. Le bateau devient pendant une à deux journées la destination de croisière, journées pendant lesquels les passagers n'ont d'autre choix que de consommer tout ce que peut leur offrir le navire.

Par exemple, lors d'une croisière de huit jours à bord du *Carnival Conquest* à destination de la Caraïbe de l'Ouest, en rapport avec le temps moyen passé au sol établi par le BREA en 2012, les passagers auront passé plus de 90 % de leur temps sur le navire, dont trois jours exclusivement réservés à la navigation en mer. Le système est le même à bord du *Carnival Freedom*, pour des circuits dans la Caraïbe du Sud, où sur les 184 heures qui composent le temps de croisière, plus de 168 seront passées à bord du navire. Cependant, si la *Carnival Cruise Line* a été précurseur dans ce domaine et qu'elle a mis un nom sur ce concept, elle n'est pas la seule à proposer ce genre de prestations. Les autres compagnies qui officient dans la Caraïbe sont elles aussi coutumières de ce genre de concept.

Capter l'attention des passagers en forçant leur temps à bord, contrôler le temps de l'escale, construire des navires plus grands, mieux équipés et plus performants sont les ingrédients d'une stratégie tournée vers l'économie où la compagnie de croisière doit faire en sorte de maximiser son profit.

Enfin, la compagnie *Norwegian Cruise Line* elle aussi développe un concept qui vise à autocentrer les croisiéristes sur les activités et les aménagements à bord. Le « *Freestyle cruising* », né au début des années 2000, permet aux croisiéristes de s'identifier au navire, quelle que soit sa composition. C'est-à-dire que le croisiériste, qu'il soit en famille, en couple ou célibataire, il trouvera un moyen de vivre et de consommer sur le bateau de façon idéale.

Le « *Freestyle cruising* » est comme le « *Fun ship* » un concept visant à occuper au maximum l'attention des passagers en leur assurant de façon permanente de quoi les divertir, les nourrir et les occuper.

Au-delà des équipements du navire, c'est véritablement la manière d'y vivre et de consommer qui sont les caractéristiques principales du *fun ship*. Le navire devient le lieu où l'on trouve absolument tout ce qu'il faut pour se nourrir et se divertir le temps de la croisière. Dans tout cela, la question du vivre ensemble, désormais exacerbée avec les nouvelles générations de paquebot, soulève un questionnement d'un autre ordre, au sujet des conditions et de la qualité de vie entre croisiéristes à bord.

Dans sa conception originelle, et dans le concept même de la croisière, les clients sont invités à vivre ensemble, pendant la durée de la croisière. Mais cette intimité, créée par les compagnies de croisière est davantage significative dans la conception des derniers navires de croisière. Une fois de plus, sur l'exemple de l'*Oasis of the Seas*, puis de son petit frère l'*Allure of the Seas* de la *Royal Caribbean International* et de ses cousins concurrents le *Carnival Breeze* de la *Carnival Cruise Line* et le *Norwegian Epic* de la *Norwegian Cruise Line*, un

nouveau phénomène est visible, celui que le magazine en ligne « mer et marine » a nommé en 2009, « l'effet ruche ». Alors que l'*Oasis of the Seas* est encore en construction aux chantiers navals STX en Finlande, le journal met en avant le fait que les cabines soient conçues comme une ruche d'abeilles, c'est-à-dire qu'elles possèdent toutes un balcon, mais aussi et surtout qu'elles se font face les unes aux autres. Aux anciens navires où les cabines avec balcon faisaient face à l'océan, ce nouveau paquebot impose de vivre en plus d'être l'un à côté de l'autre, l'un en face de l'autre. Peu d'étude existe sur l'étude de l'impact sociétale de cette forme de cohabitation, beaucoup ont travaillé sur la propagation de maladie, la sécurité à bord, mais quels sont les impacts sur la personne de vivre ses vacances en étant en permanence entourée des mêmes personnes, au petit-déjeuner, en excursion, au dîner et en boîte ou au casino le soir. Huit jours de croisière, qui sonnent comme le temps de la détente et des vacances, ou au fil 6 400 personnes sont agglutinées 24 heures sur 24 sans avoir d'autre choix puisse qu'évoluant dans un espace totalement clos.

L'altérité, qui s'entend à la fois dans le caractère de ce qui est autre, et dans l'altération c'est-à-dire la dégradation des relations, est au centre du débat quant à l'étude de ce genre d'espaces et de leurs impacts sur les croisiéristes.

Le comportement des hommes, leur façon de faire au quotidien est empreinte d'altérité, ils évoluent dans la vie par rapport aux autres qui évoluent en même temps qu'eux. Avoir un emploi et s'y rendre tous les jours, posséder une maison dans un quartier résidentiel, avoir des enfants et les emmener à l'école ou aux activités extra scolaires, la vie est rythmée par ces obligations qui sont toujours effectuées les unes par rapport aux autres, mais sont surtout en étroite relation avec ce que fait le voisin. Dans le cadre du développement de la disposition des cabines en « ruche », l'étude de l'impact sur le comportement des croisiéristes est novatrice dans la mesure où toutes les études sur l'altérité qui ont été menées à ce jour, qu'elles soient de Franck Michel dans son article « des autres et des autres » (2000), ou D'hauteserre en 2009, elles concernent essentiellement le comportement des touristes vis-à-vis des autochtones et non sur les touristes entre eux.

Dans le contexte du développement de l'activité de croisière dans la Caraïbe, la où *les terres sont perçues à travers les stéréotypes habituels des plages de sable fin bordées de cocotiers* (Dehoorne, 2007), la question des interactions entre le dedans, à l'intérieur du bateau, et le dehors, à l'extérieur dans le territoire interpelle sur le rapport que les croisiéristes peuvent avoir avec ces territoires à découvrir au-delà des limites imposées par le navire.

L'exotisme, qui évoque aussi bien le rhum, le carnaval que la musique, et l'héliotropisme c'est-à-dire cette volonté de profiter au maximum de la chaleur et des rayons du soleil sont tout ce

qu'évoque la Caraïbe, mais dont il est aisé de bénéficier dans le bateau. Alors, comment le croisiériste vit-il ce rapport au territoire sur lequel il fait escale ?

7.1.2 *Le rapport des croisiéristes au navire de croisière*

Pour mener l'étude de cette nouvelle sous partie, a été créé, à partir des moteurs de recherche Picasa, un panel virtuel de croisiéristes. Picasa est un logiciel de gestion d'images ou tout un chacun peut venir y poster des photos. L'intérêt ici était de constituer un panel de croisiéristes à partir des photos qu'ils ont posté sur le réseau. A partir de ce panel de croisiéristes, nous avons analysé le comportement des croisiéristes à bord du navire, ce qu'ils pouvaient y trouver, comment ils se déplacent à l'intérieur et à l'extérieur du bateau, mais aussi, et surtout les éléments et divertissements qu'ils peuvent retrouver à la fois dans le navire et au sol.

Cette étude est une ébauche pour permettre de comprendre le rapport que peuvent avoir les croisiéristes au navire de croisiéristes, et les relations qu'ils entretiennent avec le territoire d'accueil. Une centaine de profils de croisiéristes a été analysée, sur des circuits de croisière entre 2011 et 2013 et concernant l'ensemble de la Caraïbe (cf. Figure 32).

Sur l'ensemble du panel traité, 30 % sont célibataire, parmi eux 30 % ont effectué une croisière avec un ou deux membres de leur famille, souvent un frère/une sœur et/ou l'un des deux parents, père/mère. Donc 67 % des croisiéristes de notre panel sont mariés ou en couple, et 50 % d'entre ont voyagé avec leurs enfants. Enfin, 16 % de notre panel est constitué de retraités. Les croisières considérées sont organisées par les compagnies *Norwegian Cruise Line*, *Royal Caribbean International*, *Carnival Cruise Line*, *Holland America Cruise Line* et *Princess Cruise Line*, elles ont débuté à partir des ports-base de Tampa, Fort Lauderdale, Houston, New York, San Juan et Miami. Enfin, la période de l'étude s'étend d'avril 2012 à décembre 2013.

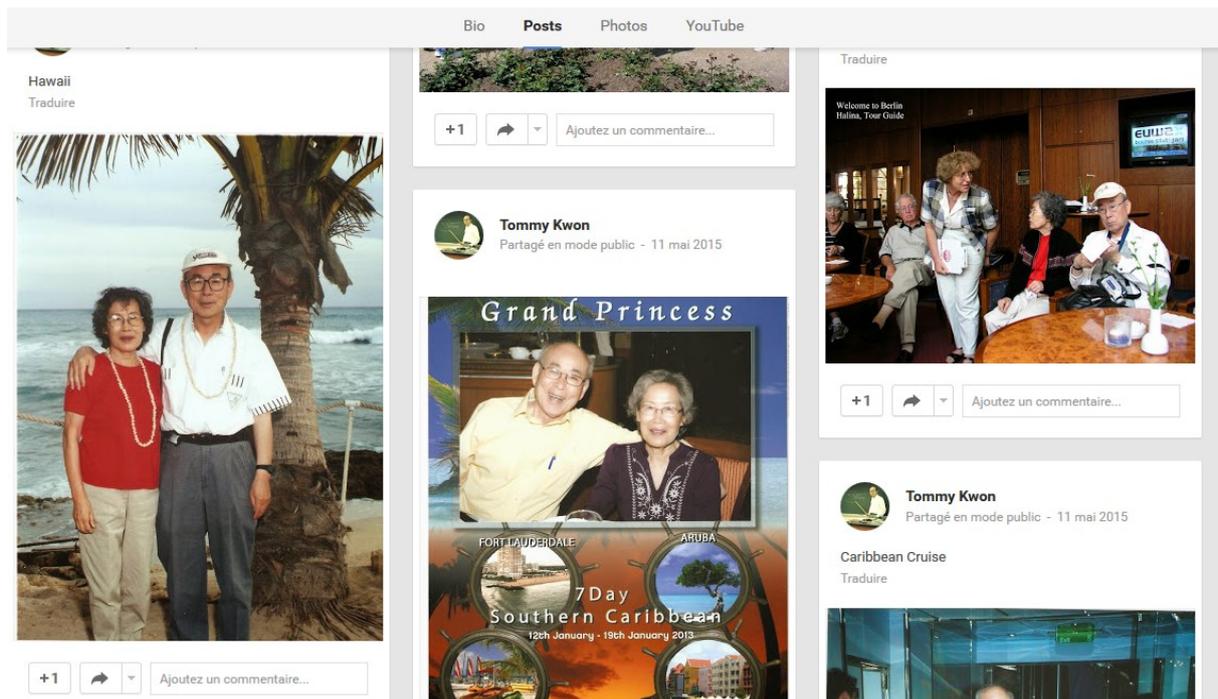
Figure 32- Etapes et méthodes de constitution et de récupération de données sur Picasa.

La recherche commence à partir de mots clés dans le moteur de recherche. Ainsi, le logiciel Picasa propose une série de profils dont le titre des albums correspond à ces mots clés. Une fois que le profil apparaît, un certain nombre d'informations sur celui qui la posté apparaissent. Le nom de l'auteur, ses origines, sa profession et son lieu de résidence, la page d'accueil contenant ces informations donne accès à une autre page qui contient les albums de

cette personne, c'est-à-dire tous les dossiers photo qu'elle a postés depuis sa première inscription sur Picasa.



Il s'agit alors de retrouver l'album correspondant à la croisière recherchée en objet et d'analyser l'ensemble des photos postées dans cet album.

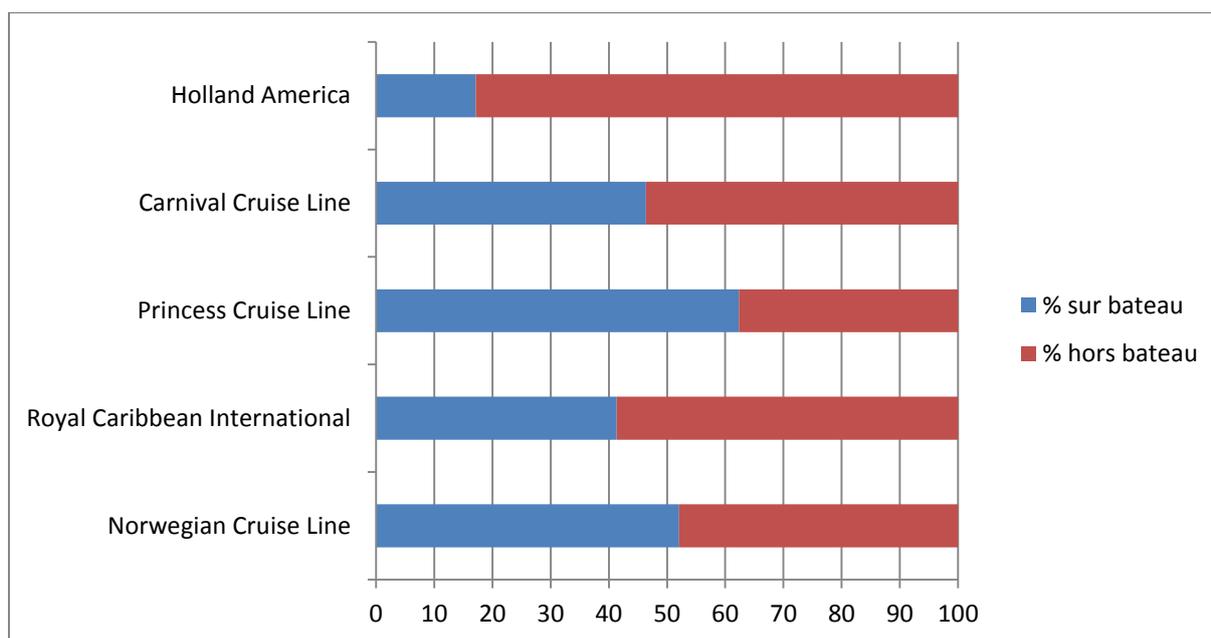


source Picasa, 2015

En analysant les photos de notre panel, et plus précisément la part des photos à la fois des territoires visités, mais aussi celles effectuées à l'intérieur du navire, nous pouvons davantage comprendre l'approche à l'espace que constituent les navires de croisière pour les passagers qui sont à bord.

La récurrence des photos identiques d'une compagnie à une autre nous renseigne à plusieurs niveaux (cf. Figure 33). Le premier est que toutes les compagnies de croisière proposent les mêmes loisirs et divertissements à bord, à en juger par le nombre de photos des séances de bronzage au bord de la piscine, des sculptures sur glace ou sur fruits, des ateliers de maquillage pour enfants. En somme, une série d'animation basique pour animer le lieu et les passagers.

Figure 33- Proportion des photos prises sur le bateau et hors du bateau par compagnie



Source : picasaweb, 2012-2013

A une exception près, les croisiéristes prennent autant de photo sur le territoire d'accueil que sur le bateau, ceci révèle que le passager a autant de choses à découvrir à l'intérieur du navire qu'au sol, qu'il est aussi émerveillé dans le bateau que sur le territoire d'accueil ; que ses meilleurs souvenirs seront aussi bien dans son environnement sécurisé et animé à l'intérieur qu'à l'extérieur du navire. La faible proportion de photos prises sur le navire des passagers de la compagnie *Holland America* vient certainement du fait que cette dernière offre des croisières qui peuvent être qualifiées de traditionnelles. C'est-à-dire que les navires de cette compagnie offre très d'équipements, au regard de ce que font ses concurrentes, permettant aux passagers de véritablement rester à bord.

Le temps d'un arrêt sur la terre ferme, le croisiériste peut à loisir visiter une île, en se promenant dans le centre-ville, en effectuant une activité nautique ou tout simplement en se prélassant sur une plage.

Là encore, il est soumis à un timing strict, et son temps de visite ne doit pas excéder celui du navire à quai, au risque de voir ce dernier s'en aller sans lui.

7.1.3 Du processus de *Mc Disneyisation*

Le paquebot « destination » est un complexe touristique flottant, avec toutes les aménités désirées (piscines, spa, salons de beauté, salles de spectacles, night-clubs, casinos, centres commerciaux, pistes de jogging, mini-golf...), sécurisé. La mise en scène opérée par les compagnies de croisière pour satisfaire leurs clients le temps du séjour s'apparente à celle opérée par les grands parcs d'attractions, le bateau de croisière fonctionne comme un centre de séjour autonome, conçu comme une bulle touristique festive construite dans un décor de parc à thème flottant (Dehoorne et al, 2009).

Le processus de *Mc Donaldization*, qui renvoie à la gestion rationnelle d'une entreprise sur les principes des chaînes de restauration rapide du même nom, s'élargit et se spécialise. Un mode de consommation qui s'étend d'une boutique à une autre, puis d'une enseigne à une autre, puis d'un secteur économique à un autre, c'est la toute l'évolution de la *Mc Donaldization*. Pour aller plus loin, Weaver (2006) analyse un autre phénomène, distinct en son nom du premier, mais plus complexe dans son principe, la « *Disneyization* ». La *Disneyization* est le processus par lequel les principes qui déterminent les parcs à thèmes de Disney en sont venus à dominer plusieurs secteurs de l'économie mondiale, il s'agit désormais d'étudier l'emballage du produit et sa présentation vis-à-vis de l'extérieur. La *Disneyization* est une version plus poussée de la *Mc Donaldization* et touche aux sentiments des passagers, détourner leur vigilance dans un lieu sécurisé et ambiancé afin d'augmenter leur consommation à bord. L'une des caractéristiques premières de la *Disneyization* et première prérogative des compagnies de croisière est la vente de marchandises à bord, quelle qu'elle soit, nourriture, souvenirs, casinos. De grandes marques de vêtements ou de chaussures, des célébrités, de grandes enseignes, font désormais partie du paysage des navires de croisière et jouent aussi leurs rôles quant aux dépenses des croisiéristes à bord. Ces navires « *Mc Disneyisés* » (Weaver, 2006), illustrent les fondamentaux de la *Mc Donaldization*, à savoir : l'efficacité, la prévisibilité, la calculabilité et le contrôle, la frontière entre les deux concepts restent minces, mais met en exergue la facilité qu'ont les compagnies de croisière d'orienter la

consommation de leurs clients selon la conception de leurs navires. La question est d'autant plus délicate quant aux relations entre ces navires plus efficaces que jamais et les territoires d'accueil dont l'intérêt seul est de viser ces profits.

Weaver insiste sur le fait que la croisière n'y échappe pas dans la mesure où les compagnies de croisière mettent en scène leurs navires dans des ambiances festives, mais normées. Weaver (2006), soutient que cette Disneyization n'est pas apparue dans les années 1990 avec la mise en service de la compagnie *Disney Cruise Line*, mais qu'elle s'est effectuée bien avant, lorsque la compagnie *Carnival Cruise Line* a lancé le concept de *fun ship*. Ce fait est pour une raison principale qui réside dans la définition en quatre temps que Weaver donne de la Disneyization (cf. Figure 34). La Disneyization s'appuie essentiellement sur des motifs, l'aspect visuel est une priorité (i). Il faut être visible et reconnue au premier coup d'œil. Les environnements thématiques sur lesquelles s'appuient les compagnies de croisière facilitent le profit (Gottdiener in Weaver, 2006). Les navires de croisière de la compagnie *Carnival Cruise Line* par exemple, sont tout de suite reconnaissables à leur cheminée bleue et rouge, aux couleurs de la compagnie, mais aussi et surtout aux toboggans des piscines extérieures visibles. La compagnie *Royal Caribbean International*, quant à elle possède des navires avec la poupe (l'arrière du bateau) complètement arrondie, où aujourd'hui sur les nouveaux navires cette poupe offre atrium, salle de spectacle à ciel ouvert ou encore murs d'escalade et spectacles de haute voltige. La compagnie *Princess Cruise Line* quant à elle, érige sur chacun des bords de ses navires le profil de la princesse dont la longue chevelure rappelle le mouvement des vagues. Enfin, *Disney Cruise Line* a choisi d'avoir toute la partie basse du navire peinte d'un noir intense surmontée d'un ruban doré. Ainsi, tel que le « M » du restaurant Mc Donald trône dans les grandes villes et rappelle instantanément à ce mode de consommation bien connu de tous, les navires de croisière sont eux aussi reconnaissables, même si le produit croisière est fondamentalement le même.

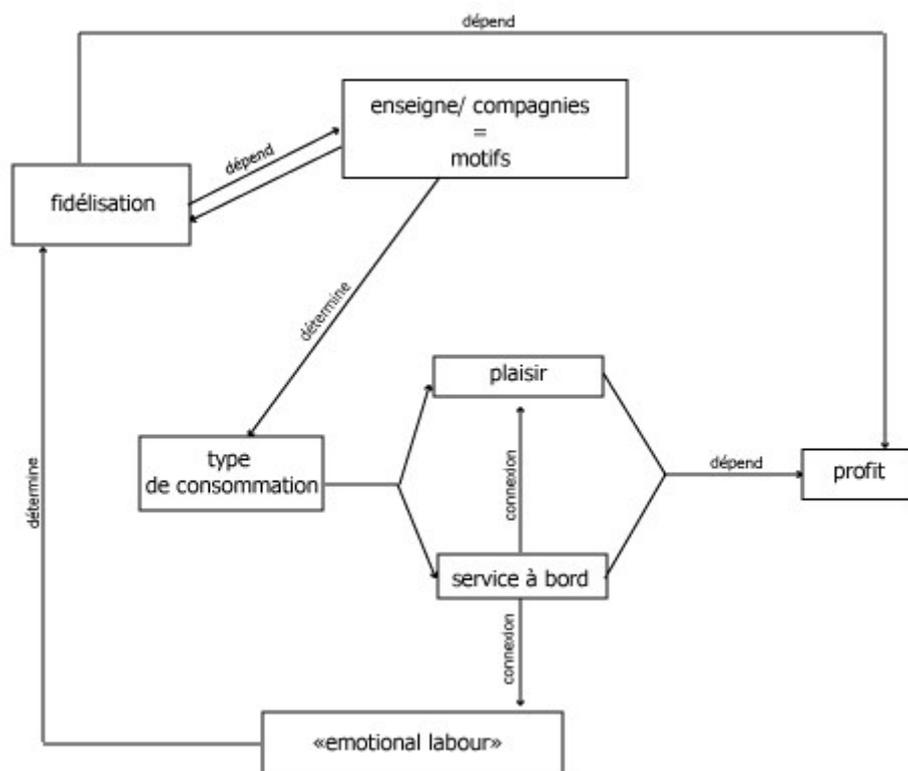
La distinction entre les différents types de consommation que présentent ces environnements à thèmes a disparu (ii). C'est-à-dire que même si à travers ces motifs différents, les compagnies de croisière essaient de se distinguer les unes des autres, au final, le produit consommé est singulièrement le même. La consommation est différenciée (Weaver, 2006), c'est-à-dire qu'elle tend vers son semblable.

Le plaisir, le profit et le service à la clientèle sont au cœur de l'entreprise à bord (iii), ce sont les trois éléments qui régissent le bon fonctionnement des compagnies et des navires de croisière. De la qualité du service dépendra le plaisir que le client prendra à bord et de ce fait

les dépenses qu'il engagera ou non sur le bateau. Ainsi, le personnel à bord entreprend ce que Hochschild (1983) et Weaver (2006) appellent l'« *emotional labour* » (iv), le travail émotionnel.

Le personnel de bord multiplie les contacts et se montre au service, jusqu'à avoir la sensation d'être exclusif dans un navire rempli de plus de 3000 personnes. Être au petit soin pour le client est le dernier motif qui définit le processus de Disneyzation, un savant mélange qui fidélise la clientèle et profite aux compagnies, une extension de la Mc Donaldization qui touche à l'affecte des clients. D'ailleurs Ritzer, le premier à avoir utilisé le terme de Mc Donaldization, a repris celui de Disneyzation pour expliquer comment la Mc Donaldization et la rationalisation des processus de fabrication ont façonné le paysage touristique à l'aube des années 2000 (Ritzer et Liska, 1997). L'accent est davantage mis sur le décorum, créer un espace suffisamment, ou du moins qui en donne l'impression, sécurisé et rassurant qui va stimuler (Bryman, 1999) le client et l'installer dans un contexte favorable à la consommation, voire la surconsommation.

Figure 34— Le processus de Disneyzation



Source : auteur d'après Weaver (2006)

Bien avant la mise en service des megaships de la *Royal Caribbean International*, l'*Oasis of the Seas* et l'*Allure of the Seas*, Weaver (2006) précisait que l'environnement thématique dans lequel est plongé le croisiériste et qui reflète le service d'une compagnie par rapport à une autre, est souvent une « stylisation sténographique des lieux », c'est-à-dire qu'il y a une ressemblance avec des lieux existants, des places de grandes villes, un espace qui fera appel à sa mémoire, interpellera sa sensibilité et stimulera sa consommation.

La référence aux navires de la compagnie *Royal Caribbean International* est faite parce que ces derniers ont été conçus avec, ce que la compagnie appelle, un Central Park (un espace de verdure délimité par les plus grandes et les plus célèbres avenues de New York), à l'instar de celui que l'on retrouve à New York. Dans le contexte évoqué par Weaver, cet espace a pour but de faire référence, dans l'esprit des clients, au lieu mondialement connu, et d'y éveiller la sensation d'y être : être à New York sous le soleil des Caraïbes à bord d'un navire de croisière. La situation est la même lorsque les passagers à bord des navires de la Disney Cruise Line, peuvent retrouver l'ensemble des personnages Disney comme s'ils étaient dans l'un des parcs.

7.3 La notion d'enclave flottante : sécurité perçue dans le concept de bulle touristique

L'innovation, la qualité et la diversité des produits proposés à bord, liée à une gestion rationnelle des coûts, sont les objectifs principaux des compagnies. Le bateau fonctionne comme un centre de séjour autonome conçu comme une bulle touristique festive construite dans un décor de parc à thème flottant.

Les navires garantissent aux clients un espace exclusif, contrôlé, sous surveillance dans un environnement sécurisé, consacré exclusivement aux touristes et aux employés qui les servent. La sécurité des passagers à bord s'entend sur plusieurs niveaux, corporel ou sanitaire, les compagnies de croisière mettent en avant cet aspect de protection. Mais qu'en est-il réellement dans le contexte de méga bulle touristique que renvoient les navires de croisière actuels.

7.2.1 La sécurité intra et extra-muros des navires de croisière

Au-delà du « *mobile resort* » (Wood, 2000 ; Dowling, 2006), sorte de structure hôtelière mobile, les navires de croisière sont de véritables bulles touristiques, ce qui inclut un autre aspect de l'activité, celui de la sécurité. La bulle flottante de Jaakson (2004 ; Dehoorne, 2006) nous renvoie à cette image de lieu fermé, complètement hermétique qui ne laisse aucune interaction entre l'intérieur de la bulle et l'extérieur. Un contexte d'entre soi où les croisiéristes sont, la durée de leur séjour, confrontés à leur propre image, renvoyée par les parois de leur « *bubble mobile resort* ».

Dans ce contexte, comme dans tous ceux qui régissent le secteur touristique en général, la sécurité du passager à bord doit être privilégiée. Plus encore que la sécurité vis-à-vis de lui-même, c'est-à-dire les aspects basiques du style ne pas se pencher de trop sur les balustres au risque de passer par-dessus bord, c'est également conserver cet hermétisme par rapport aux attaques extérieurs. Pas lors des escales, lorsque le croisiériste est en excursion, mais véritablement quand il est à bord du navire.

Après les attentats du 11 septembre 2001, qui marqua un tournant majeur dans le terrorisme à l'échelle mondiale, mais qui a aussi impacté la vision qu'avec le monde avec le terrorisme, attentats qui ont refondé les aspects sécuritaires de l'ensemble des pays à l'instar de la sécurité aéroportuaire, la crainte d'un détournement de navire de croisière voit le jour (Lescure, 2012). La seule vision de ce géant marin, rempli de ses milliers de passagers et membres d'équipage, chargé de carburants et autres substances polluantes, soit pris pour cible par des

terroristes, ou qu'il soit détourné et lancé à pleine vitesse contre des infrastructures terrestres, à poussé les autorités américaines à enrichir leur Convention internationale pour la sauvegarde de la vie humaine en mer, et à proposer un nouveau code.

L'ISPS (*International Ships and Port Security*), code international pour la sécurité des navires et ports, préconise que les Etats signataires doivent garder une vigilance permanente quant à l'évaluation des risques de leurs installations portuaires. Ce code est aussi valable pour les compagnies détentrices de navires, et pas seulement de croisière, et impose entre autres la désignation d'un SSO (*Ship security officer*) agent de sûreté qui a pour qualité première de veiller à la bonne application du SSP (*Ship security plan*) plan de sécurité à bord. Quel que soit le niveau de sécurité, ce plan indique qu'un navire doit pouvoir garantir qu'aucune marchandise prohibée ne puisse être chargée à bord des navires, que toutes les marchandises embarquées sont inscrites au manifeste du navire et que l'accès à bord puisse être contrôlé (fouille au corps, des bagages, inscription au registre de bord et détention et port obligatoire d'un badge) (International Maritime Organization, 2004). Ce sont là des préconisations comme celles prises dans les aéroports.

Quoi qu'il en soit, il y a bien une législation qui régit la sécurité des navires vis-à-vis de l'extérieur.

Pour se prémunir des attaques extérieures des plus violentes, tel que la piraterie, les navires sont équipés du système SSAS (*Ship Security Alarm System*), système de sécurité sous forme d'alarme silencieuse qui permet d'alerter les autorités portuaires les plus proches en cas d'attaque. Les prises d'assaut sur des navires de croisière n'ont été, fort heureusement, jusqu'à aujourd'hui, que des tentatives. Nous retenons ici, l'attaque du *Nautica* en 2008 et du *MSC Melody* en 2009, dans le golfe d'Aden, situé entre la Corne africaine (Somalie) et la péninsule arabique (Yémen), porte d'entrée du canal de Suez, passage maritime entre la mer Rouge et la mer Méditerranée.

Aucune tentative de piraterie envers des navires de croisière, n'a à ce jour été relatée dans la Caraïbe, ceci est peut être dû à une relative stabilité politique et à une sensibilité moins importante de ce que peuvent représenter ces touristes, originaires bien souvent de pays décrits comme « riches ».

La sécurité à bord vis-à-vis de l'extérieur n'est qu'une perception au regard de ce qui se passe dans le reste du monde. Finalement, le plus grand risque pour les passagers à bord des navires reste certainement les passagers eux-mêmes.

7.2.2 Les risques encourus d'un voyage en vase clos

Aux risques venant de l'extérieur, auxquels doivent faire face les navires, viennent s'ajouter les imprévus inéluctables à la vie en société dans des espaces clos, de fortes densités : l'alcoolisme, des tensions, des agressions sexuelles, des vols (Dehoorne et al, 2013), les passagers de navires de croisière doivent avant tout se protéger d'eux-mêmes.

Mis à part le travail mené par le Dr Ross Klein, il n'y a pas d'études menées sur la quantification des agressions à bord des navires de croisière. Les seules informations qui échappent aux filtres des compagnies de croisière sont celles publiées dans des quotidiens locaux, les autres sont le résultat de recherches et de sites trouvés au hasard de consultation sur internet.

Cependant, retenons le site de l'association *International Cruise Victims*, association internationale des victimes de la croisière, qui regroupe les témoignages de victimes et les représente eux et leur famille, lors de procès à la l'encontre des compagnies de croisière. Il peut s'agir de disparitions en pleine mer, que d'agressions sexuelles ou encore de vols dans les cabines en l'absence de leurs occupants ; une succession de témoignages tous plus accablants les uns que les autres sur les risques encourus de la vie à bord.

Ces deux sources distinguent donc plusieurs formes de risques à la personne pendant une croisière, le premier est celui de passer par-dessus bord. Il n'est pas rare qu'un croisiériste après une soirée bien arrosée ne se rende pas compte du risque de se pencher sur les balcons du navire et passe par-dessus bord. Mais le suicide et la tentative de suicide sont aussi des raisons pour lesquelles certains passagers sautent par-dessus bord. Au total, 121 disparitions sont répertoriées entre 2000 et 2009, 37 passagers de la *Carnival Cruise Line*, 17 de la *Royal Caribbean International*, 10 de la *Norwegian Cruise Line* et 5 passagers de la *Princess Cruise Line* ont mystérieusement disparu en 10 ans (R. Klein, 2009).

Ceci vient en explication des passagers manquant à l'appel lors d'escale ou de retour de croisière.

Les agressions sexuelles sont aussi des atteintes graves à la personne et représentent environ 56,9 agressions pour 100 000 passagers selon R. Klein dans son rapport sénatorial de 2010, figurant sur son site sous forme de blog www.cruisejunkie.com. Ces agressions seraient alors, selon lui, deux fois plus nombreuses que celles perpétrées aux Etats-Unis. Il y déplore également le certain laxisme avec lequel sont jugés les agresseurs, qui ne voient dans leur acte aucune gravité dans la mesure où c'est chose courante dans le pays d'origine. Des sanctions équivalentes à une tape sur la main d'un gamin qui aurait volé un bonbon, les agresseurs s'en

sortent toujours couverts par les compagnies de croisière qui étouffent rapidement ce genre d'affaires.

A lui d'indiquer que lors d'un procès intenté par une victime de viol en 1999, la compagnie *Carnival Cruise Line* a indiqué qu'elle avait enregistré 108 plaintes de ce genre entre 1993 et 1998, et 58 pour la compagnie *Royal Caribbean International* durant la même période. Le Département de la sécurité intérieure des Etats-Unis, dans son rapport de 2012, fait état de 11 agressions sexuelles en 2012 et 28 en 2010.

De la même façon que les navires sont équipés de systèmes de protection vis-à-vis de l'extérieur, un comité sénatorial préconise un système de protection des passagers et de défenses des victimes à l'intérieur du navire. Le *Cruise Vessels and Safety Act* (CVSA), la loi sur la sûreté et la sécurité des navires de croisière voit le jour en 2010. Cette loi, actée par le Sénat et la Chambre des Représentants des Etats unis réunis en congrès, prévoit, au vu du nombre de passagers et de navires que la croisière engage chaque année, de l'inadéquation de leur vulnérabilité potentielle à la criminalité lors de séjour en croisière, et surtout de leur méconnaissance des lois qui peuvent les protéger, une protection sur le plan juridique des passagers de croisière.

Seulement, ces lois ne sont applicables qu'aux Etats-Unis, et même si les compagnies de croisière ont pour obligation de faire état de ces agressions et autres décès suspects une fois les navires de retour au port-base, deux conditions viennent invalider les sanctions qui pourraient survenir à l'encontre des agresseurs.

La première, réside dans le fait que la plupart des bateaux qui sont autorisés à naviguer dans la Caraïbe battent pavillon de pays en dehors de la Caraïbe, et/ou non soumis à la législation américaine. Battre pavillon pour un navire, signifie que ce dernier, quelque soit ses eaux de navigation, est soumis aux lois du pays dont le drapeau est hissé à bord. Bien souvent, les navires sont aux couleurs des Bahamas ou du Panama, et bénéficient donc de la réglementation de ces pays, du laxisme face aux contrôles et des confortables revenus et bénéfices fiscaux.

La seconde est directement rattachée aux origines du personnel de bord qui bénéficie d'une certaine impunité une fois rentrés chez eux au bout des quelques mois passés en mer. Les Philippins, Malaisiens et autres Caribéens, pour ne citer qu'eux, ne sont plus inquiétés une fois la saison de croisière terminée. Il est difficile de revenir sur les faits et retrouver l'agresseur incriminé à partir du moment où il est rentré chez lui.

Ainsi, même il existe aujourd'hui un recensement des agressions sur les passagers de croisière, il n'en reste pas moins que ces quelques attaques ne sont que très peu prises en compte d'un point de vue juridique.

7.2.3 Du confinement à la contagion : la question sanitaire du mode de vie des navires de croisière

Sur le plan sanitaire, ses fortes densités d'individus, évoluant entre air conditionné et piscines au grand air, dans une embarcation contenant d'importants stocks d'eau — soumis à des variations de température-, habitent dans un environnement qui a les caractéristiques d'un « incubateur idéal » (Dehoorne *et al.*, 2011).

Dans cet espace surpeuplé, confiné, la désinfection n'est pas possible en mer. Le virus de la légionellose y bénéficie d'un environnement favorable, entre les piscines et les multiples réseaux de canalisations (Klein, 2010). Des passagers malades peuvent être mis en quarantaine, mais les contagions, notamment les épidémies de gastroentérites sont assez fréquentes (Miller *et al.*, 2000 ; Cramer *et al.*, 2003).

Le navire de croisière est un lieu propice à la propagation d'épidémies (Lescure, 2009), parmi les plus célèbres celle du staphylocoque. Il s'agit d'une bactérie naturellement présente dans le corps humain, mais qui en présence de certains agents pathogènes, peut devenir nocive pour l'homme. Ainsi, l'hygiène des passagers est remise en cause quant à la propagation ou non de cette bactérie. En effet, l'utilisation de sanitaires dans un espace aussi confiné que celui d'un navire de croisière, laisse en suspend l'importance que peuvent accorder les passagers à leur hygiène. La piscine, la nourriture présente en abondance et en permanence au contact du client, sont autant de vecteurs de la maladie, qui pris dans son cas le plus grave peut aller jusqu'au décès.

La légionellose est aussi une contagion à laquelle se risque le croisiériste à bord du navire. Infection due à l'état de l'eau des piscines ou des spas par exemple, elle peut causer des troubles digestifs allant jusqu'à des vomissements violents comme ceux observables lors de gastro-entérite.

Bien sûr, tous ces risques sanitaires doivent être replacés dans un contexte de tourisme de croisière de masse, ou les navires d'aujourd'hui doivent être capables de gérer plus d'un dixième de la population de Saint-Kitts ou des îles Caïmans en une semaine à peine de voyage. De la même façon que l'état américain a mis en place des mesures de protection à l'encontre des différentes attaques extérieures et vis-à-vis des passagers à bord, elle a aussi

préconisé une réglementation en vue de la prévention des passagers contre le phénomène de gastro-entérite, récurrents chez les passagers. Le « *Vessel Sanitation Program* » (VSP) est un programme d'assainissement du navire qui vient en aide aux compagnies de croisière pour prévenir et contrôler l'introduction, la transmission et la propagation de la bactérie responsable de la maladie gastro-intestinale (*Centers for Disease Control and Prevention*, 2014). Le programme fonctionne sous l'autorité de la loi sur le service de la santé publique et fait partie du Centre national de la Division de la santé environnementale d'urgence et des services de santé de l'environnement des Etats-Unis.

Certaines personnes sont habilitées, au titre de ce programme, à intervenir de façon inopinée sur des navires de croisière pour y contrôler la qualité des produits servis et le respect des conditions d'hygiène imposées aux compagnies de croisière. Hors mis la longue liste de préconisations afin d'éviter l'incubation, la propagation de certaines bactéries, le programme n'édite pas de données propres aux résultats qui aurait pu être obtenus à la suite du recensement des personnes infectées. Très peu d'informations sont diffusées à ce sujet, même si les différentes lectures montrent que le phénomène existe et d'ampleur importante au vu des nombreux articles qui y font référence (*Centers for Disease Control and Prevention*, 2014). Les seules précautions prises pour l'instant sont principalement le respect des règles d'hygiène selon les préconisations sanitaires du programme.

Il y a certaine infection qui ne sont pas à proprement parlé due au seul fait de vivre à bord d'un navire de croisière. Les épidémies d'ordre mondial sont aussi des risques encourus par les croisiéristes, plus encore que dans leur environnement quotidien, du fait de la promiscuité et du confinement des navires de croisière.

L'épidémie de la grippe H1N1 dérivée de la grippe A dite grippe aviaire ; devenu pandémie en 2010 (Organisation mondiale de la santé, 2010), ce virus extrêmement virulent est d'abord apparu au Mexique dans la partie du Golfe. La prédominance des navires de croisière dans cet espace a levé une certaine appréhension quant à la continuité de l'activité dans la zone pendant l'épidémie. Le foyer épidémique étant situé au Mexique, tous les navires qui devaient y faire escale ont été déroutés le temps de maîtriser le phénomène (lapresse.ca, 2009).

De façon générale, les compagnies de croisière ne refusent pas l'embarquement de passagers lorsque ces derniers se déclarent malades durant le circuit. Ils sont d'abord mis en quarantaine à l'infirmerie du navire et leur cas est signalé à la capitainerie générale du port-base.

Cependant, certains navires ont été refusés à l'accostage parce qu'il avait des cas de grippe aviaire à bord, nous retenons ici le cas de la compagnie *Pullmantur* qui a vu son navire

Ocean Dream errer de port en port en juin 2009, sans pouvoir accoster, car il transporte quatorze personnes malades parmi ses 1 600 personnes à bord (Lescure, 2011).

Le Programme d'assainissement des navires de croisière, qui fait office de charte d'hygiène auprès de l'ensemble des compagnies de croisière, vient en aide à ces dernières pour favoriser la qualité de vie à bord et la santé des passagers. Les compagnies de croisière n'ont pas du tout d'influence sur les épidémies qui sévissent à l'échelle mondiale, la seule action qu'ils sont en mesure de mener est celle d'éviter les escales à risque et augmenter la communication autour des recommandations nécessaires pour éviter l'infection.

Conclusion

Les compagnies de croisière s'attachent à inclure dans les navires, des notions, des représentations de lieux et des personnages qui rythment le quotidien des clients à bord. Ils peuvent désormais retrouver des enseignes de restauration ou encore des personnalités réelles ou de fiction, autant d'animation qui a en réalité pour objectif de capter au maximum l'attention des passagers à bord. Les événements à bord répondent à des normes qui visent avant tout à ce que le client s'identifie au lieu et permettent d'installer le client dans un contexte favorable de consommation.

En conséquence, les nouveaux aménagements des navires de croisière, leur prédominance dans le paysage caribéen et leur autonomie sans cesse grandissante soulèvent plusieurs questions. La première par rapport à leur relation à la clientèle, l'angle d'approche sous lequel les passagers s'approprient le navire durant le séjour ; ensuite leur relation aux territoires d'accueil où ils accostent le temps de l'escale, et enfin les relations entre les passagers eux-mêmes.

Les équipements et les loisirs à bord ont pour résultante première de conserver les passagers à l'intérieur du navire, y compris lors des escales. L'intérêt de visiter les îles est largement remis en question et agit également sur la place effective des territoires dans ce secteur. Alors, le temps d'escale au sol est contrôlé et figure même parmi les déterminants dans le choix des escales.

La vulnérabilité de ces navires est aussi soulevée, tant dans son aspect extérieur que dans la vie à bord. Il est vrai que même si elle n'existe pas dans la mer des Caraïbes, la piraterie au regard de celle qui existe dans la péninsule arabique, interpelle quant aux conditions de sécurité du bateau. Les mesures de sécurité à bord sont multipliées, notamment pour éviter toute intrusion étrangère. Par contre la propagation de maladies à dominante gastrique est couramment relatée.

Si les compagnies de croisière cherchent davantage à attirer l'attention des clients à bord celui des territoires d'accueil d'en faire autant au sol. De cette dualité naîtra la prise d'intérêt pour l'une ou l'autre des parties.

Chapitre — 8 De l'intérêt partagé à l'intérêt exclusif

Ce sont donc les compagnies de croisière qui élisent les ports escales ; les autorités des territoires se bousculent -à l'image de celles des îles caribéennes- pour leur offrir les conditions les plus avantageuses dans l'espoir de retombées économiques significatives (Wilkinson, 1999 ; Weaver, 2005a ; Klein, 2006 ; Logossah, 2007 ; Chin, 2008 ; Dehoorne et *al.*, 2009).

Économie d'échelle et production de masse expliquent le gigantisme dans lequel se sont lancées les compagnies de croisière, ce gigantisme n'est pas sans interpeler les ports d'escales contraints d'engager de nouveaux travaux, de la construction de quais plus imposants aux dragages de sites portuaires pittoresques, pour l'usage exclusif de la croisière. Ces paquebots soulèvent aussi des préoccupations d'ordre social et environnemental (Dehoorne et *al.*, 2013) . Toutes ces préoccupations soulèvent la question épineuse de la place de chacun dans l'activité de croisière dans la Caraïbe. Des enjeux de développement des territoires d'accueil à la pérennisation de l'activité des compagnies de croisière, chacun doit, à hauteur de ses investissements, escompter des bénéfices. Dans la réalité s'opère un rapport de force où les territoires d'accueil ne sont pas toujours gagnants.

Quelles sont les retombées financières du tourisme de croisière dans la Caraïbe ? Ce chapitre indique les différentes retombées financières à la fois pour les compagnies de croisière et pour les territoires d'accueil. Une section s'attarde sur un des éléments qui pourrait expliquer le choix — l'élection — d'une destination par les compagnies au regard de ce qui a été démontré précédemment.

Il donne une vision plus claire de la dualité qui peut exister entre les compagnies de croisière et les territoires d'accueil sur fond de bénéfice de l'activité de croisière.

8.3 Le tourisme de croisière : facteur de profit et de développement pour les territoires d'accueil ?

Les logiques actuelles de l'industrie de la croisière qui place le paquebot au cœur du projet lui permettent de maximiser ses gains au détriment des destinations terrestres (les ports d'escales) qui font figure de parent pauvre (Wilkinson, 1999 ; Weaver, 2005 ; Chin, 2008). Ces réalités financières conduisent les autorités des pays d'accueil à reconsidérer leur position à l'égard de la croisière. Le débat se focalise sur l'ampleur des aménagements spécifiques à réaliser au regard des réalités économiques (Dehoorne et *al.* 2013).

Les territoires d'accueil -à l'image des îles caribéennes — s'organisent de sorte à offrir les conditions les plus avantageuses aux compagnies de croisière, dans l'espoir de retomber économiques significatives (Wilkinson, 1999 ; Weaver, 2005a ; Klein, 2006 ; Logossah, 2007 ; Chin, 2008 ; Dehoorne et *al.* 2009).

8.1.1 Evolution des interrelations entre compagnies de croisière et territoire d'accueil

La croisière est une relation qui lie trois acteurs : les compagnies de croisière qui imaginent, construisent, animent et mettent en service les navires de croisière, les territoires qui accueillent les croisiéristes et mettent en place des excursions au sol, enfin, les croisiéristes qui consomment à la fois le produit des compagnies de croisière, c'est-à-dire le bateau, et les territoires d'accueil. Le but des compagnies de croisière et des territoires d'accueil est de capter l'attention des consommateurs, les croisiéristes, afin de récupérer un maximum de profit. Depuis les années 1970, l'évolution des rapports entre ces trois acteurs n'a fait que révéler l'hégémonie des compagnies de croisière notamment à cause du caractère autonome des paquebots de croisière (cf. Figure 35).

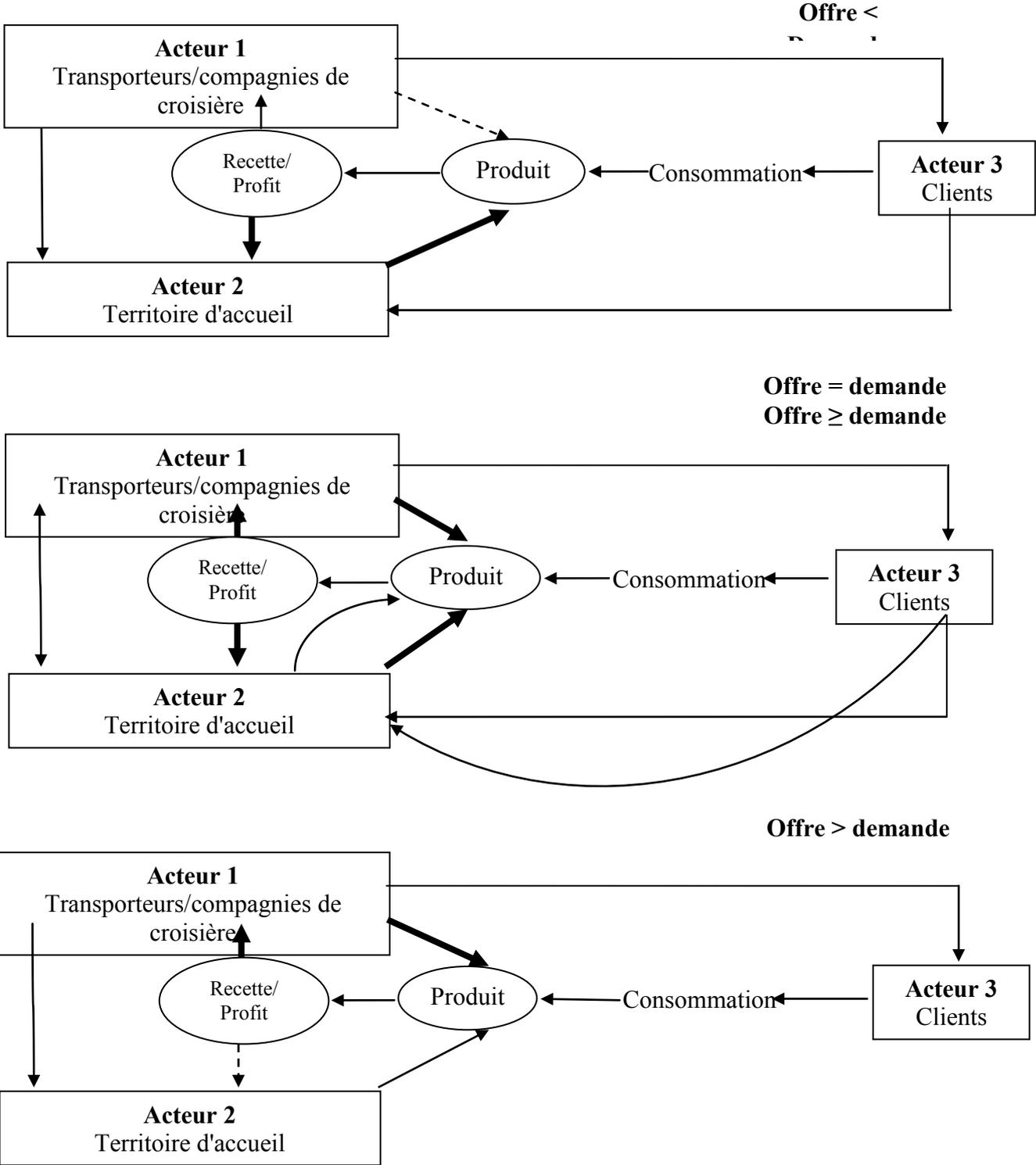
Au début des années, les compagnies de croisière, naissante et nouvelle sur ce marché, n'étaient pas suffisamment équipées pour répondre à une demande croissante de cette nouvelle forme de tourisme : la croisière. Sur l'ensemble des territoires de la Caraïbe, seule une vingtaine étant en mesure d'accueillir des flux de croisiéristes, dont plus de la moitié, se trouvaient dans l'Arc des Petites Antilles. Le marché est restreint et se concentre sur quelques destinations. Les deux décennies 1980 et 1990 vont être synonymes de changement, et les relations entre les territoires d'accueil et les compagnies, détentrices des navires, vont être modifiées. Plusieurs raisons à cela. La première réside dans le fait que les territoires sont

incontestablement plus nombreux à accueillir des escales de croisière, ce qui induit une concurrence plus grande dans ce petit espace qu'est la Caraïbe. Destinations d'accueil et navires de croisière augmentent de paire. De 1 330 900 en 1970, les croisiéristes sont désormais 3 503 100 en 1980, et 7 144 900 en 1990 pour 25 destinations engagées (CTO in Wilkinson, 2005), soit une augmentation successive de 16,32 % par an entre 1970 et 1980, puis de 10,39 % par an entre 1980 et 1990.

Ensuite, à l'aube des années 1990, de l'ère du gigantisme : les navires sont plus gros, ils peuvent donc accueillir davantage de passagers, mais ils sont aussi et surtout mieux équipés. Aux casinos et à la piscine viennent s'ajouter une seconde piscine, ou une piscine plus grande, des restaurants, des bars, des salles de jeux vidéo, un cinéma, un amphithéâtre, une salle de spectacle ; autant d'éléments qui diminuent le caractère ludique et de divertissement des territoires d'accueil. Les îles de la Caraïbe ne sont plus seulement en concurrence les unes avec les autres, mais elle rentre aussi en « compétition » avec les bateaux.

Le client consomme à la fois le navire de croisière et la destination qu'il visite. Une décennie plus tôt, il était contraint de visiter la destination, premièrement parce que c'était le but de son voyage, il a payé pour voir un ensemble d'îles caribéennes, mais aussi parce que s'il ne visite pas l'ennui le guette sur le navire : il n'y a rien à faire sur le bateau. Dans les années 1980, et ça ne fera qu'augmenter au fil du temps, le client a le choix, celui de descendre du navire ou pas.

Figure 35— Schéma représentatif de l'offre et de la demande du produit croisière.



Les années 2000 correspondent à une étape importante dans le développement des navires de croisière, désormais ce sont les premières destinations de croisière, reléguant les territoires de la Caraïbe au second plan. La conception même du bateau oriente les dépenses des croisiéristes, qui s'apparentent en quelque sorte à des « consommateurs captifs », et conduit à l'interroger sur les retombées économiques pour les territoires d'accueil (Dehoorne et al. 2008). Les territoires d'accueil ne sont plus au centre du produit, les compagnies offrent le premier produit, le navire, et maximise leur profit en y installant tout ce qui est nécessaire aux croisiéristes, pour passer de bonnes vacances en premier lieu, mais aussi pour ce créer un nouveau lieu de vie, qu'il s'approprie le temps du voyage.

Dans ce contexte, le temps passé par le client hors du paquebot est des plus réduits et les excursions à terre privilégient d'autres enclaves consacrées à la croisière, parfois construite pour son usage exclusif comme à Mahahual, sur la Costa Maya, ou encore à Labadie en Haïti ou dans le cadre des îles privées, rachetées par certaines compagnies, essentiellement dans l'archipel bahamien.

Paradoxalement les îles de la Caraïbe doivent constamment s'employer à présenter les infrastructures portuaires les plus efficaces au regard de ces navires toujours plus imposants et les investissements à supporter sont alourdis par le gigantisme des navires ; par exemple le port de Freeport fait l'objet d'un programme de réaménagement de 10,9 millions de dollars américains comprenant une plateforme dédiée aux plus gros navires. Sur l'île de Grenade, un investissement de 25 millions de dollars américains est prévu dans la consolidation des infrastructures portuaires pour l'accueil des nouvelles générations de navires. Enfin, à Sint Maarten, le terminal de croisière est désormais doté d'un nouveau pouvant accueillir plus de quatre navires en même temps (Dehoorne et al, 2009). D'ailleurs, cet investissement a prouvé son efficacité lorsqu'en 2012 les trois plus gros navires du monde ont dû être déroutés vers l'île à cause du mauvais temps. *L'Oasis of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International* (220 000 tonnes, 5 400 passagers), le *Norwegian Epic* de la *Norwegian Cruise Line* (155 873 tonnes, 4 100 passagers) et le *Carnival Dream* de la *Carnival Cruise Line* (130 000 tonnes, 3 646 passagers) (cruise critics, 2012).

Les ports des Caraïbes ont été conçus pour recevoir des navires dont la taille était généralement inférieure à 150 mètres de long. Cependant, le vrai défi est l'optimisation de leur résultat pour que les investissements en matière d'aménagement portuaire soient acceptables. Mais les retombées économiques sont réduites et la concurrence est rude entre les îles, voire au sein d'une même île, comme à la Dominique, entre les ports de Portsmouth et

Roseau ; les compagnies internationales privilégiant celui qui dispose des meilleurs services aux conditions les moins onéreuses (Logossah 2007).

Malgré tout, chaque destination s'emploie à afficher dans ses campagnes de promotion le poster du bateau de croisière le plus imposant accueilli, comme s'il s'agissait d'un gage de qualité attesté par ces visiteurs d'un jour (Dehoorne et al. 2008).

Au regard de tout ce qui a été dit, et témoin de la part moins importante des territoires d'accueil dans l'interaction des trois acteurs, clients, compagnies de croisière et territoire d'accueil, il en ressort une question essentielle à la compréhension du système, à savoir si les territoires d'accueil sont indispensables à l'activité de la croisière.

Dans son article de 2007, Logossah s'interroge sur le *rôle marginal* laissé au territoire d'accueil dans l'offre de croisière dans la Caraïbe. Dans la conception même de la croisière, du schéma tel qu'il est vendu, les compagnies de croisière s'engagent à faire visiter les territoires de la Caraïbe, comme elles le font pour le Pacifique, l'Alaska ou en la Méditerranée. Ce sont des images de territoires longtemps suggérées, qui deviennent réalité avec ces escales. Sinon, les compagnies n'ont d'intérêt que de se lancer dans des croisières *nowhere*, laissant les navires errer au grès des courants marins.

L'analyse doit être plus pragmatique et faire ressortir toute la complexité qui existe entre les deux acteurs ; ils ont besoin l'un de l'autre, à des échelles économiques bien différentes.

Pendant longtemps, les territoires d'accueil, et particulièrement les îles françaises de la Caraïbe, proposaient des produits de qualité et détaxés. La parfumerie française était devenue le produit phare que l'on pouvait trouver facilement sur ces îles. Les excursions n'étaient alors pas au centre des grandes préoccupations des territoires d'accueil dans la mesure où ces produits détaxés à eux seuls permettaient de valoriser le territoire et d'attirer davantage de navires en escale. Mais depuis les années 2003, le *duty free* se trouve dans l'ensemble des îles caribéennes, plus seulement sur la parfumerie, mais également sur les cigarettes et les bijoux ; il ne s'agit donc plus d'un élément déterminant le choix des escales de croisière.

Plusieurs facteurs ont conduit au changement de situation et au fait que ce sont désormais les compagnies de croisière qui choisissent les destinations où elles vont affecter leurs navires. Le premier est la concurrence grandissante des destinations de croisière entre elles dans le courant des années 1990. Toutes les destinations de la Caraïbe ne sont pas intervenues de façon simultanée dans ce secteur, Cozumel par exemple a commencé à recevoir ses premières escales en 1985 alors que l'activité avait commencé une vingtaine d'années plus tôt en

Jamaïque ou à Aruba ; et les premières destinations qui ont fait une entrée progressive dans ce secteur ont été complètement dépassées par des destinations plus agressives et plus voraces qui proposent désormais des produits plus diversifiés et plus novateurs. En ajoutant à cela, le fait que les navires deviennent plus autonomes et mieux équipés, l'importante place que détenaient les territoires d'accueil dans ces circuits de croisière s'est réduite au fil des années, jusqu'à se poser aujourd'hui la question de son utilité.

8.1.2 De la retombée économique de l'activité de croisière

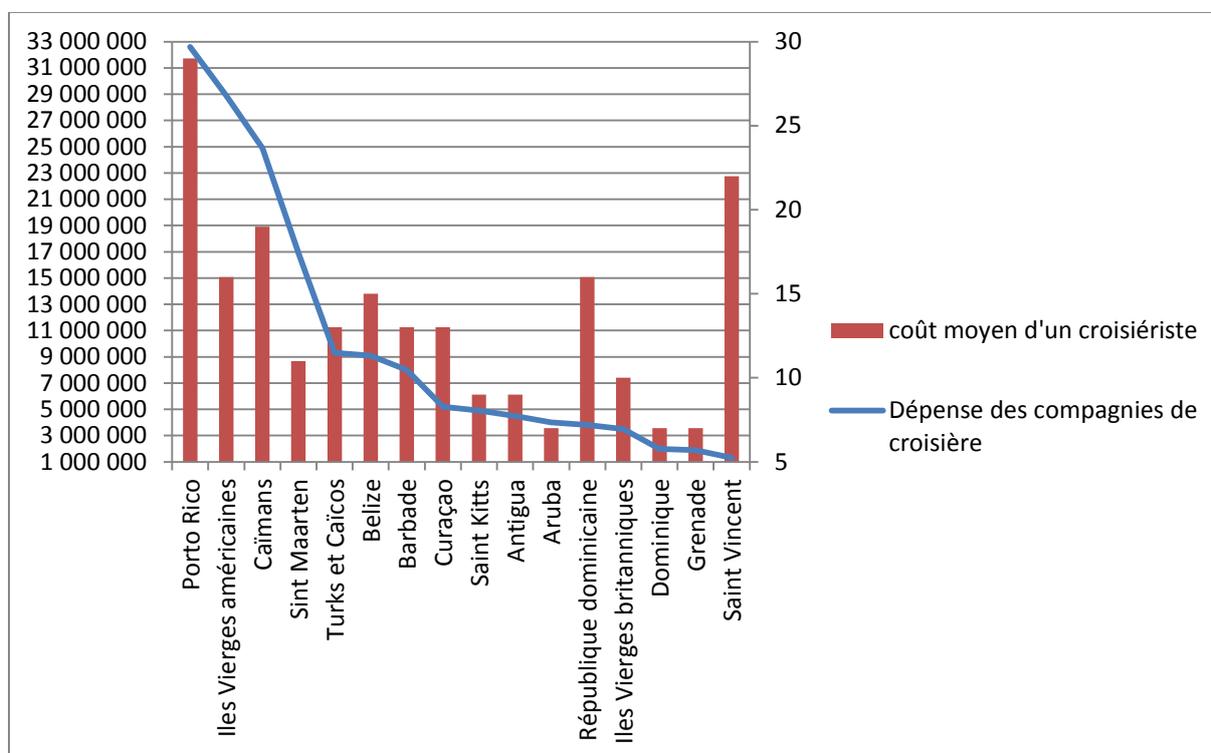
Quant à la question de la place de chacun dans ce système croisière, la réponse réside sûrement dans la rentabilité de l'activité pour chacune des parties. Le jeu des acteurs se place désormais sur un ordre essentiellement économique. En 2012, le BREA, à la demande de la FCCA, a effectué une étude sur les retombées économiques de l'activité de croisière dans certaines destinations de la Caraïbe. Les chiffres étudiés sont ceux des dépenses des croisiéristes, en achat d'excursion ou de tout autres produits et prestations achetés sur place, les redevances portuaires des compagnies de croisière et les dépenses des membres d'équipage. Selon cette étude les retombées économiques directes du secteur de la croisière s'élèvent à plus de 2,4 milliards de dollars (cf. Figure 36).

Les dépenses des croisiéristes au sol et celles des compagnies de croisière peuvent représenter jusqu'à 5 % du PIB aux Bahamas et jusqu'à 10 % à Saint Kitts, mais reste bien en deçà des 2 % dans les autres territoires, n'atteignent parfois même pas le % dans d'autres (index mundi, 2012). La contribution à l'économie régionale de l'activité de croisière dans la Caraïbe, les territoires de la Caraïbe n'ont qu'un rôle marginal dans les stratégies d'offre touristique face à la demande de croisière (Logossah, 2007).

Les compagnies de croisière restent les maîtres du jeu, et orientent leur navire au gré des saisons. Les territoires qui enregistrent les plus grands flux de croisiéristes dans la Caraïbe sont devenus les nouveaux terrains de jeux des populations nord-américaines à partir d'un secteur rendu à la « mode » par les compagnies de croisière elles-mêmes.

Le BREA a établi en 2012 une étude prenant en compte l'ensemble des taxes payées par les compagnies de croisière qui reviennent directement aux services portuaires des territoires.

Figure 36— Les redevances des compagnies de croisière sur les territoires de la Caraïbe



Source : FCCA/BREA, 2012

Le coût moyen d'un croisiériste a été obtenu en divisant les dépenses totales des compagnies de croisière sur un territoire par rapport aux flux enregistrés sur ce même territoire. Ainsi, nous pouvons savoir ce que représente le total des dépenses des compagnies de croisière en taxes portuaires par passagers.

Ces résultats nous montrent une première chose, le prix de revient d'un croisiériste n'a que très peu de rapport avec les flux de croisiéristes qui transitent sur une destination. Par contre, quand on applique l'outil de coefficient de corrélation entre les dépenses totales des compagnies de croisière et les flux, les résultats obtenus sont hautement significatifs. Cela signifie que les compagnies de croisière affectent des escales en fonction du coût global du navire à quai et non du coût de revient par client. Autrement, peu importe le nombre de passagers débarqués sur les territoires au regard de l'importance des redevances portuaires auxquelles, devront s'acquitter les compagnies de croisière. Les territoires les moins onéreux en terme de redevances peuvent espérer recevoir davantage de navires de croisière. Ces résultats sont d'autant plus significatifs qu'une régression nous montre que les dépenses des compagnies de croisière au port expliquent 76 % des flux. Cela signifie que les sommes

dépensées pour mettre le bateau à quai interviennent pour 76 % de la décision de mettre le territoire en escale dans un circuit ou non (cf. Tableau 34)

Tableau 34— Résultats de la régression des flux expliqués par les dépenses

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
COMP	0.043198	0.006428	6.719859	0.0000
C	252 306.3	90 343.51	2.792744	0.0144
R-squared	0.763340	Mean dependent var		686 443.8
Adjusted R-squared	0.746435	S.D. dependent var		501 649.1
S.E. of regression	252 606.4	Akaike info criterion		27.83352
Sum squared resid	8.93E+11	Schwarz criterion		27.93010
Log likelihood	-220.6682	Hannan-Quinn criter.		27.83847
F-statistic	45.15651	Durbin-Watson stat		2.028258
Prob(F-statistic)	0.000010			

Source : FCCA/BREA, 2012

L'ensemble des dépenses des compagnies de croisière, en taxes aéroportuaires et ravitaillement principalement, s'élève en 2012 à plus de 160,8 millions de dollars. Une somme qui revient, pour l'essentiel, aux ports d'accueil. Les compagnies de croisière sont des entreprises, et l'une des préoccupations premières de celle-ci est de réduire, ou du moins de contrôler au maximum ses coûts, en fonction de leurs investissements, mais aussi en fonction de leur profit ; elles ne doivent pas investir plus qu'elles ne gagnent.

La relation très peu significative du coût moyen d'un croisiériste avec les flux engagés peut signifier que les compagnies de croisière n'ont pas de mal à rentabiliser cette somme sur d'autres postes, les consommations à bord, les achats dans les boutiques du navire, les commandes d'excursions. Tandis que les taxes portuaires, à la charge des compagnies pour la structure portuaire d'accueil, ne sont que très peu influencées par le nombre de croisiéristes à bord, c'est l'amarrage du navire et sa prise en charge qui sont facturés.

Ainsi, les compagnies de croisière, les plus gros investisseurs du secteur de la croisière sont aussi les grands vainqueurs quant à l'économie qu'engendre cette activité. De façon générale, il est vrai que la croisière ne fait pas office de moteur économique pour ces petits territoires insulaires, en effet, la croisière ne représente que 3 % du produit intérieur brut de la Martinique, à peine 2 % pour Haïti (Banque mondiale, 2013).

8.1.3 De l'intérêt des territoires d'accueil

Pour connaître l'intérêt des territoires d'accueil à développer une activité de croisière, c'est-à-dire, à investir dans des infrastructures et des personnes pour accueillir les compagnies de croisière, leurs navires et leurs passagers, il faut se poser la question de l'intérêt coût (construction et entretien des infrastructures portuaires)/bénéfice (redevances des compagnies de croisières, consommation des croisiéristes) que doivent supporter ces territoires d'accueil. Il en va de la rentabilité de l'activité pour les territoires, qui doivent en même temps que diversifier leur activité en fonction de l'autonomie sans cesse grandissante des navires, s'intéresser aux aménagements toujours plus performants pour l'accueil de navires toujours plus gros.

Ainsi, les principales lignes qui composent les recettes et les dépenses des territoires d'accueil se trouvent dans un développement infrarégionale, inhérent aux territoires d'accueil qui sont dans la recherche d'un équilibre entre enrichissements territoriaux par le biais de la croisière ou enlèvement économique face à un rapport de force trop exigeant.

Il est difficile de savoir les profits engagés par les territoires d'accueil face au développement du tourisme de croisière. Entre recettes marginales d'excursions et réaménagement permanent des structures portuaires, pour notamment répondre au gigantisme des navires, les petits territoires insulaires de la Caraïbe ont fort à faire pour que l'activité de croisière leur soit profitable.

La première fonction d'un territoire d'accueil lors d'une croisière est de proposer des excursions, c'est une façon de faire visiter et connaître le pays, le temps que dure l'escale. En ce sens les territoires d'accueil deviennent les prestataires de services des compagnies de croisière et des *Tours Operator* qui vendent les croisières. En somme, les territoires proposent des excursions qui seront vendues soit par le biais des *Tour Operator* sur place, au moment de l'achat de la croisière, soit par le biais des compagnies de croisière, qui proposent la veille de l'escale, une série d'excursions à effectuer.

Le travail de négociation entre les compagnies, les *Tour Operator* et les territoires d'accueil, sur la base du prix de la croisière, est si complexe, que les territoires d'accueil s'efforcent de proposer des excursions à des prix défiant leur propre concurrence. Dans son étude datant de 2012, le BREA fait le point sur les tarifs appliqués sur les excursions. Dans cette même étude figurent les prix moyens d'excursions appliqués de façon habituelle sur le territoire hors croisière (cf. Tableau 35).

Tableau 35— Différence de tarification de la vente d'excursions

		différence de prix entre les excursions vendues sur le territoire et celle vendues dans le cadre de l'activité de croisière		
		sur le bateau	au sol	en agence de voyages
1	Antigua	20,73	-8,85	13,89
2	Aruba	24,94	-6,03	17,78
3	Bahamas	28,91	-11,79	19,52
4	Barbade	14,35	-17,07	6,98
5	Belize	24,18	-11,4	15,88
6	îles Vierges britanniques	17,35	-14,31	10,04
7	îles Caïmans	31,35	-3,24	23,37
8	Curaçao	18,76	-6,63	12,7
9	Dominique	19	-11,88	11,87
10	République dominicaine	35,83	6,01	28,26
11	Grenade	20,56	-5,33	14,63
12	Porto Rico	19,44	-5,72	13,63
13	Saint Kitts	18,76	-21,18	10,01
14	Sint Maarten	21,7	-8,73	14,67
15	Saint Vincent	15,9	-10,73	9,76
16	Turks et Caïcos	21,18	-8,84	14,34
17	îles Vierges américaines	27,52	-3,93	20,46

Source : FCCA/BREA, 2012

Selon les tarifs appliqués, les excursions sont généralement vendues 20 US \$ plus chers sur le navire de croisière, 15 US \$ plus chers auprès des *Tour Operator* et près de 9 US \$ moins chers auprès des prestataires au moment de l'escale. Ceci montre le jeu de séduction auquel se vouent les territoires d'accueil qui vont jusqu'à proposer des excursions moins chères que leurs tarifs habituels. Les dépenses en excursions constituent le principal poste de dépense d'un croisiériste puisque qu'il en représente à lui seul près de 50 %. Autant dire qu'ils répondent à des enjeux financiers, et font l'objet d'une particulière attention au regard des sommes que perçoit chacun des acteurs.

A partir des données récoltées par le BREA lors de son étude en 2012 sur les dépenses des croisiéristes, au regard des tarifs appliqués par les territoires d'accueil, les compagnies de croisiéristes et les *Tour Operator* en combinaison avec les flux de croisiéristes engagés sur la

saison 2012, il est possible de faire figurer le bénéfice net de chacun quant à la vente d'excursions (cf. Tableau 36).

Tableau 36— Les sommes perçues par la vente d'excursions

		coût total des excursions		
		sur le navire	sur le territoire	en agence de voyages
1	Antigua	9 842 060	1 329 164	1 122 200
2	Aruba	11 441 239	850 241	1 123 717
3	Bahamas	62 132 144	11 136 319	8 383 997
4	Barbade	14 518 104	923 822	1 621 649
5	Belize	19 159 277	1 811 567	3 431 415
6	îles Vierges britanniques	8 146 380	1 172 700	952 372
7	îles Caïmans	31 878 444	3 527 872	3 778 485
8	Curaçao	7 870 977	829 556	675 795
9	Dominique	7 584 715	645 240	1 023 485
10	République dominicaine	6 890 440	623 556	526 717
11	Grenade	4 303 313	641 334	528 033
12	Porto Rico	15 158 642	3 295 949	1 284 351
13	Saint Kitts	15 980 764	1 556 745	2 196 381
14	Sint Maarten	32 080 321	1 488 327	3 737 326
15	Saint Vincent	536 576	125 672	138 968
16	Turks et Caïcos	14 756 278	524 763	903 462
17	îles Vierges américaines	34 462 746	3 281 236	3 016 926

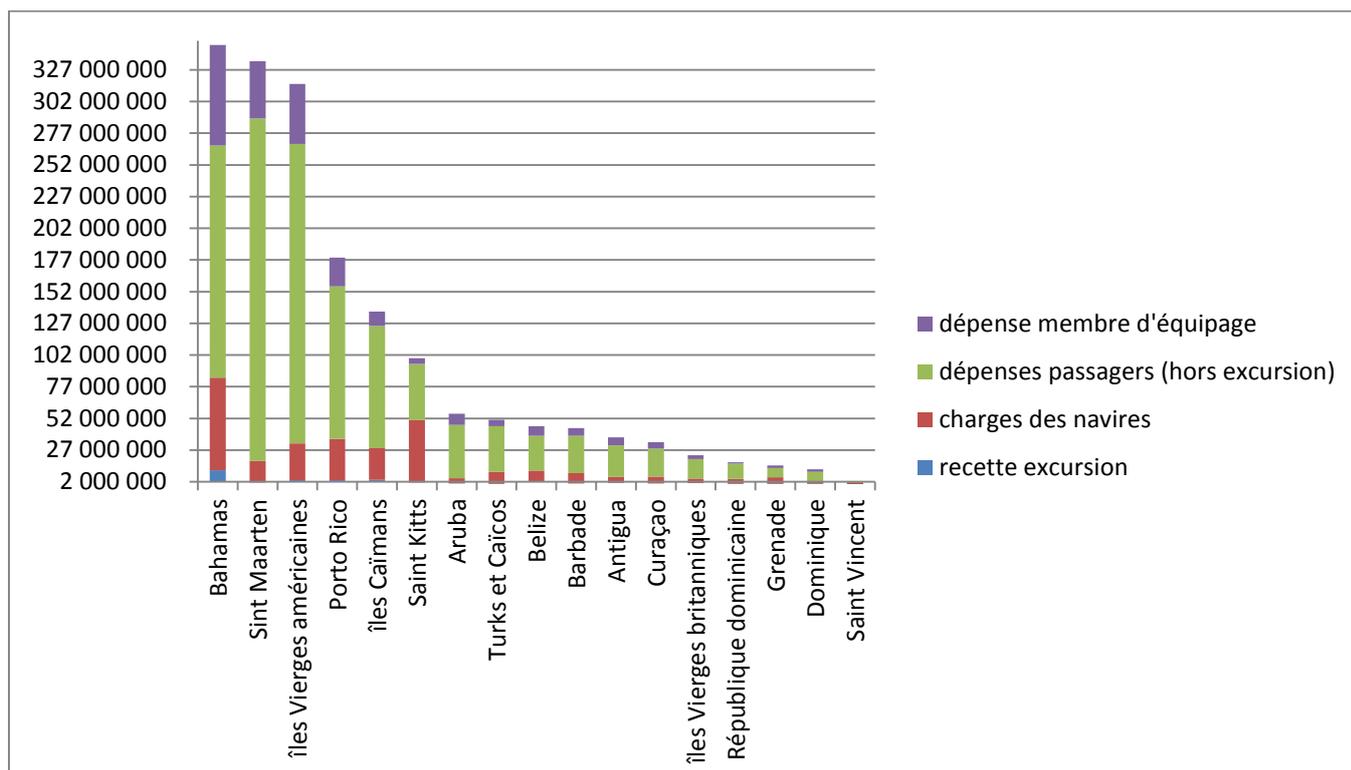
Source : FCCA/BREA, 2012

Au vu des sommes perçues, il apparaît que les territoires d'accueil ne maîtrisent que l'aspect organisationnel des excursions, ils ne gèrent que la forme et le contenu, sur l'échiquier des finances, ils n'ont que très peu de poids face aux compagnies de croisière qui absorbent une très grosse partie des ventes d'excursions. Sur les sommes qu'engendre la vente d'excursions tous acteurs confondus, les territoires d'accueil en perçoivent en moyenne 9 % contre 80 % pour les compagnies de croisière (BREA, 2012).

Plus encore que la proportion déséquilibrée des bénéfices d'excursions, les territoires d'accueil peuvent aussi compter sur les taxes portuaires auxquelles doivent se soumettre les compagnies de croisière une fois l'accostage des navires. Aussi, moins aborder dans toutes les études relatives au tourisme de croisière, les territoires d'accueil peuvent compter sur les dépenses des croisiéristes une fois au sol, en achat de souvenirs, en consommation dans les bars ou encore lors de leur prise en charge par des taxis ; mais aussi sur les dépenses des

membres d'équipage. L'étude du BREA prend en compte les dépenses des membres d'équipage sur le territoire d'accueil et évalue ces sommes sur la saison 2012 (cf. Figure 37). Ce sont toutes ces sommes mises bout à bout qui constituent les recettes de l'activité de croisière pour les petits territoires insulaires de la Caraïbe.

Figure 37— Les postes de recettes pour les territoires d'accueil dans le cadre du tourisme de croisière en 2012.



Source : FCCA/BREA, 2012

Les recettes d'excursions ne sont qu'une infime partie, à peine visible, des recettes que peuvent dégager les territoires d'accueil sur l'ensemble de l'activité de croisière. Selon l'étude du BREA, conjointement menée à celle de la MARAD (cf. figure -), les recettes que peuvent escomptées les territoires d'accueil se placent d'abord sur les dépenses que peuvent effectuer les passagers une fois au sol. D'ailleurs ce sont elles qui constituent la plus grosse part des recettes des territoires d'accueil.

Chaque destination s'emploie à afficher dans ses campagnes de promotion, le poster du navire le plus imposant accueilli comme s'il s'agissait d'un gage de qualité pour ces visiteurs d'un jour (Célimène, 2008).

Les territoires d'accueil se sont rapidement rendus à l'évidence, que s'ils voulaient répondre aux attentes des compagnies de croisière en recherche d'escale, combiné au fait que ces mêmes compagnies n'hésitaient pas, dans une guerre dite du gigantisme, à faire construire des navires de capacité trois fois supérieure à celle connue dans les années 1990, il fallait construire des infrastructures aussi énormes que les navires qu'elles seraient capables d'accueillir.

Dans le même temps, il ne faut pas oublier que les capacités d'accueil sont très largement dépassées quand on replace cette idée dans le contexte de petits territoires insulaires, comme ceux rencontrés dans la Caraïbe. Les coûts engagés pour la construction de quai et autres aménagements relatifs au développement de l'activité de croisière sont chassés des territoires d'accueil. Aucune donnée ne filtre et il devient impossible de savoir combien ont réellement coûté ces aménagements. Cependant, l'hypothèse émise est que les sommes doivent être à la hauteur des édifices : pharaoniques.

Nous retiendrons ici trois cas qui feront office d'exemples des sommes et travaux que peuvent engager les territoires d'accueil pour le développement et l'accroissement des escales de croisière : la Jamaïque, Sint Maarten et Grand Turk dans les îles Turks et Caicos.

La Jamaïque et Grand Turk ont engagé la création d'un terminal de croisière à l'image de ce qu'avait déjà fait Sint Maarten quelques années plus tôt. C'est-à-dire, un terminal complètement fermé où les passagers et les membres d'équipage peuvent évoluer en totale autarcie.

Au total, selon les chiffres annoncés sur Internet, ce sont près de 96 millions de dollars qui ont été investis dans la construction des pontons du port de Sint Maarten et dans l'embellissement de la rue piétonne. Selon le journal local en ligne *Newmedia*, les compagnies américaines de croisières Carnival et Royal Caribbean International ont débloqué 40 millions de dollars afin d'aider les autorités portuaires de Pointe Blanche à Philipsburg à construire un nouveau terminal de croisière afin d'accueillir les navires de la génération Genesis (*newmedia*, 2007). Il apparaît également, à la lecture du journal canadien en ligne « *mapresse* » daté de novembre 2010, que la compagnie Royal Caribbean a investi avec le gouvernement jamaïcain plus de 170 millions de dollars dans la construction du terminal de croisière de Falmouth. De même que la compagnie Carnival Cruise Line a fait construire un complexe portuaire, le *Grand Turk Cruise Center*, pour une quarantaine de millions de dollars, à Grand Turk dans les îles Turks et Caicos (*mapresse*, 2010). Le *Grand Turk Cruise Center* a été construit comme un parc à thème où les croisiéristes peuvent retrouver à la descente du bateau, un mini zoo, un centre commercial, des aménagements récréatifs et l'une des plus grandes piscines de la Caraïbe.

Ainsi, même s'il ne reste qu'une faible partie de prise en charge financière pour les territoires d'accueil, quant à la construction de nouveaux terminaux répondant aux nouvelles normes imposées par les paquebots, elle reste conséquente pour ces petits territoires insulaires.

Il semblerait que les compagnies de croisière investissent ainsi dans la construction de terminaux de croisière pour deux raisons. La première, parce qu'elles sont mieux placées que quiconque pour savoir le genre d'infrastructures à mettre en place, pour l'accueil et la gestion de leurs navires une fois à quai. La deuxième est qu'elles (les compagnies) peuvent gérer ses terminaux de croisière organisés comme des parcs à thèmes, comme l'extension de leur navire, ou mieux encore, comme les îles privées acquises dans la Caraïbe. Les territoires d'accueil ne sont plus alors maîtres du jeu dans leur propre pays, le terminal devient un endroit exclusif qui ne dépend plus d'une gestion d'ordre régional, au sens du pays, mais global avec une main mise des compagnies de croisière de nationalité américaine. La question de la globalisation émise par Logossah en 2007 refait ici surface. L'idée selon laquelle les îles n'ont qu'un rôle marginal (Logossah, 2007) dans le développement de l'activité de croisière dans la Caraïbe, et les recettes que ces petits territoires peuvent escompter ne sont qu'à l'image de leur rôle dans cette stratégie.

Les pertes face à ce genre d'aménagement se calculent à plusieurs niveaux. Lorsque le navire est directement pris en charge dans ces terminaux dont les propriétaires sont les compagnies elles-mêmes, il va s'en dire qu'elles ne se facturent pas le droit de stationnement au quai comme le ferait un territoire lambda avec un terminal de gestion publique. De même que les redevances par tête de croisiéristes ne sont plus une obligation dans la mesure où ils arrivent sur la propriété privée des compagnies. Cette combinaison entre constructions de terminaux plus efficaces, de privatisation et d'appropriation de l'espace, est un motif qui fait la balance des recettes pencher largement du côté des compagnies de croisière qui construisent et entretiennent ces lieux. Les centres commerciaux et les parcs à thèmes, annexes de ces terminaux de croisière, réduisent davantage l'intérêt du croisiériste pour le reste du territoire qui se concentre sur ce nouvel espace, prolongation de son navire.

Ainsi, de prestataires de service qui vend des excursions, de l'amusement et de la découverte, le territoire d'accueil devient hôte des compagnies de croisière et spectateur de la stratégie commerciale qui s'y jouent.

Ajouter à cela que les territoires d'accueil doivent fournir les navires de croisière, en eau, et recevoir en échange les déchets que ceux-ci produisent pendant la navigation. L'engagement de ces territoires d'accueil est à la hauteur de la démesure des navires de croisière. Afin de mesurer l'impact que cela peut avoir sur un territoire, une analyse a été menée sur le seul territoire de Grand Turk, et plus particulièrement sur le terminal de croisière *Grand Turk Cruise Center* de la compagnie *Carnival Cruise Line*.

L'ensemble des escales organisées à partir de ce terminal combiné aux ressources et à l'énergie que ces navires consomment en comparaison avec les réalités de ce pays, indiquent bien que les territoires d'accueil sont en partie perdants dans cette économie à grande échelle.

L'île de Grand Turk, est l'une des îles de l'archipel des îles Turque et Caïcos (ou îles Turques et Caïques) département d'un peu plus de 17 km² d'outre-mer du Royaume-Uni. La population de l'ensemble de l'archipel est de 44 000 habitants, et celle de Grand Turk est estimée à environ 6 000 habitants en 2012 (world-gazetteer, 2012). Le terminal de croisière *Grand Turk Cruise Center* est situé dans la ville principale de Cockburn Town.

A titre d'exemple, si l'on considère les escales des navires de la compagnie Carnival Cruise Line, propriétaire du terminal de Grand Turk, ce ne sont pas moins de 49 368 passagers qui débarquent chaque mois ; de façon permanente et récurrente, l'île de Grand Turk doit gérer, animer et nourrir une population huit fois supérieure à la sienne. La question centrale n'est pas de savoir la valeur pécuniaire due au territoire d'accueil pour le réapprovisionnement en eau, mais bien de montrer les quantités d'eau engagées quand on replace notre réflexion dans le contexte d'insularité.

Un navire de croisière de 3400 passagers a un besoin quotidien en eau de 200 000 gallons soit 756 000 litres d'eau (Angela White, 2011), sur cette base, un mois d'escale des navires de la compagnie Carnival Cruise Line à Grand Turk demande près de 10 millions de litres d'eau chaque mois, 120 millions de litres sur une année. Ce sont ces millions de litres d'eau qui sont mises à disposition des navires de croisière chaque année, une aberration quand on sait que l'eau est une denrée vitale, mais épuisable et qu'elle est sujette à de vives préoccupations de la part des environmentalistes quant à sa surconsommation.

Le coût d'une telle stratégie n'est tout de suite visible, mais prend toute son importance quand elle est mise en relation avec les conditions de vie des populations locales, leur accès à l'eau potable, son coût et sa qualité. Les projets avancés de désalinisation de l'eau de mer pour être consommée à bord des bateaux atteignent leurs limites quant à la hauteur des demandes du au gigantisme des navires.

La gestion de l'eau est donc la partie invisible des coûts à charge des territoires d'accueil dans le développement de l'activité de croisière sur un territoire. Aux pertes conséquentes, visibles et directes, de l'autonomie sans cesse grandissante des navires de croisière et de ce fait de la monopolisation territoriale et économique des compagnies de croisière dans la Caraïbe, s'ajoutent des coûts moins visibles, mais tout aussi dangereux quant au développement des territoires d'accueil de la croisière.

La croisière dans la Caraïbe offre les paysages idylliques et idéalisés des cartes postales, la concurrence des territoires d'accueil n'a plus grand intérêt à se baser sur les plages de sable blanc et les quelques chutes naturelles qu'ils peuvent offrir. Au-delà des excursions, les territoires d'accueil cherchent à se spécialiser dans la vente de produits, accessibles aux croisiéristes et d'un intérêt suffisamment grand pour en faire une spécialité et en tirer du profit.

8.2 Ventilation du budget des croisiéristes

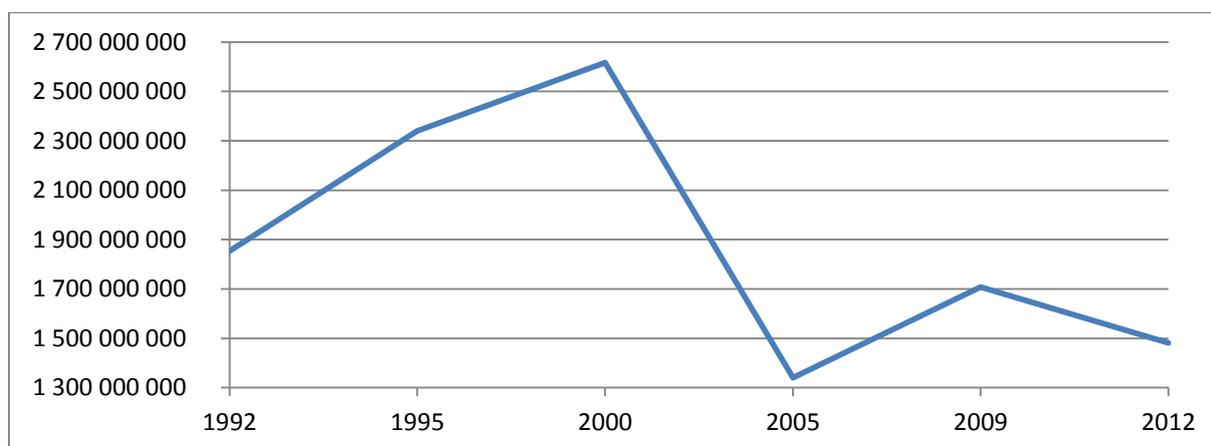
Outre les excursions, qu'elles soient achetées avant le départ auprès de l'agence de voyages, sur le navire ou encore directement auprès du prestataire de services, le croisiériste une fois en escale est amené à consommer sur le territoire. De l'achat de souvenirs à la consommation dans les bars ou encore la location de voiture ou de taxi avec chauffeur, tout ce qu'il aura à acheter entrera dans les bénéfices du territoire par rapport à l'activité.

Le développement des navires de croisière, de leur autonomie sans cesse grandissante et du perfectionnement de leurs équipements de loisirs, sont autant de facteurs qui réduisent le potentiel de consommation des croisiéristes au sol. Si tout est mis à disposition sur le navire, quelle place est laissée aux territoires d'accueil ?

Les dépenses des croisiéristes ont eu tendance à diminuer au fil des années. A partir des années 1990, la croisière dans la Caraïbe, qui concernait un peu moins de 10 millions de passagers par an (Wilkinson, 2006), a rapporté 1,8 milliard de dollar de dépenses directes aux territoires d'accueil (BREA, 1992). Les dépenses directes sont essentiellement composées de tout ce que dépense un croisiériste au sol de façon directe, sans intermédiaire.

Ces dépenses directes ont eu tendance à diminuer au fil des années (cf. Figure 38). Si l'on considère la période entre 1992 et 2012, les dépenses directes de passagers au sol dans la Caraïbe ont diminué de 20 % pour atteindre 1,4 milliard de dollars en 2012.

Figure 38— L'évolution des dépenses directes des passagers dans la Caraïbe entre 1992 et 2012 (en dollars américains).



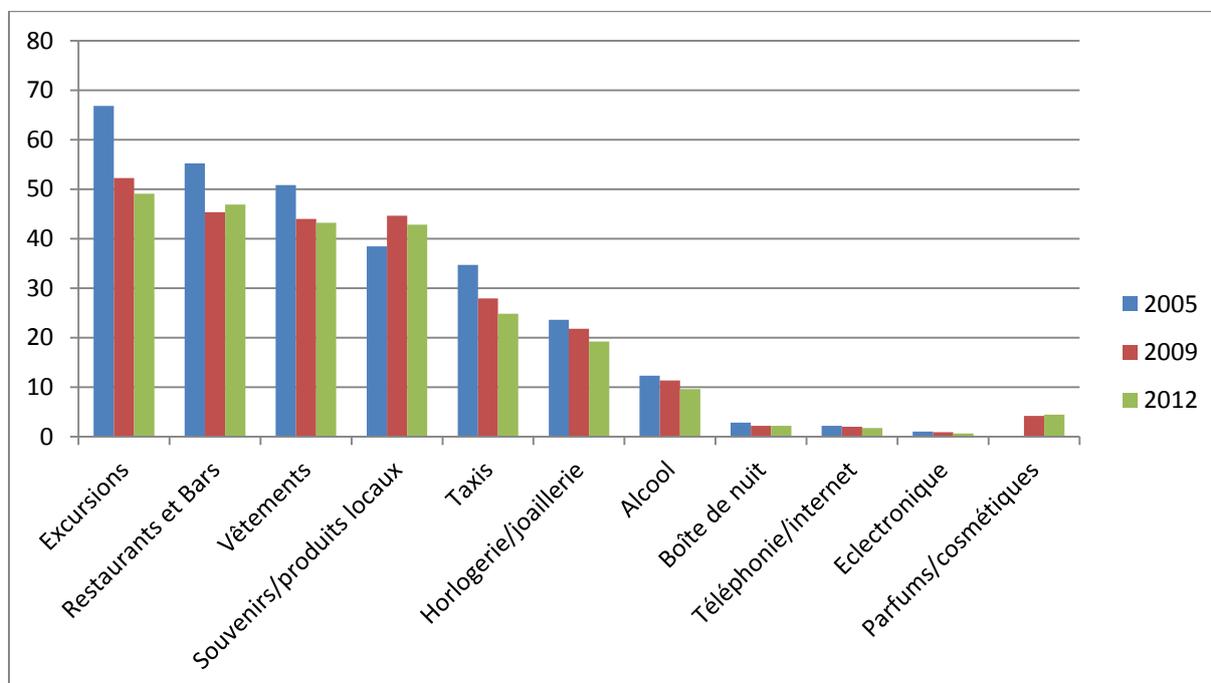
Source : FCCA/BREA, 2012

L'évolution de ces dépenses combinée aux flux de croisiéristes engagés sur chacune des périodes est révélatrice du fait que les croisiéristes dépensent beaucoup moins. La dépense moyenne d'un croisiériste en 1992 était d'environ 200 dollars alors qu'elle n'est plus que de 73,7 dollars en 2012.

La Florida Caribbean Cruise Association a publié en 2006, 2009 et 2012, des rapports du BREA où figurent les postes de dépenses des croisiéristes en escale. Hormis les excursions, la FCCA distingue neuf postes susceptibles de figurer aux dépenses des croisiéristes une fois au sol ; les consommations dans les restaurants et/ou les bars (1), l'achat de vêtements (2), l'achat de souvenirs et autres produits locaux (3), locations de voitures ou prise en charge par des taxis (4), l'achat de produits d'horlogerie ou de joaillerie (5), l'achat d'alcool (6), les divertissements en boîte de nuit (7), consommation de communication Internet ou téléphone (8), l'achat de produits de cosmétiques et/ou parfumerie (9).

A partir de ces données, la FCCA et le BREA ont pu établir la place de chacun de ces postes dans les dépenses globales d'un croisiériste (cf. Figure 39).

Figure 39— Représentation de la part des postes de dépenses des croisiéristes dans la Caraïbe entre 2005 et 2012.



Source : FCCA/BREA, 2012

A part les excursions, premier poste de dépenses, mais qui ne sont pas du seul fait des territoires d'accueil, les croisiéristes déboursent essentiellement pour des consommations dans les bars et les restaurants, dans l'achat de vêtements et en troisième position, dans l'achat de souvenirs et autres produits locaux.

L'achat de souvenirs pour ces touristes d'un autre genre n'est pas une priorité. Sortis de leur bulle flottante et pénétrant dans ce lieu créé et animé pour eux, les croisiéristes sont curieux de voir et de savoir, mais ne laisse qu'une faible place à l'économie et à la culture locale. Les petits objets, les produits locaux et autres produits fantaisies fièrement posés sur une table, ne trônent plus comme autant de trophées rapportés de là-bas, des îles au soleil. La marque de fabrique du touriste, sa propension plus ou moins forte à acquérir des objets, qui n'ont de valeur que les sentiments n'a plus la même signification quand il s'agit des croisiéristes.

Il en ressort que les territoires d'accueil qui doivent sans cesse s'adapter aux modes de consommation des clients s'attachent davantage, au regard du graphique, à animer le lieu et y créer des ambiances où les consommations seront brèves, et peu coûteuses, ce qui aura pour avantage par la suite de les multiplier outrageusement.

Il n'est rien que le croisiériste ne puisse trouver dans son navire, sauf peut-être l'ambiance locale au bord de mer sur les rythmes de musiques chaloupées. C'est certainement ce qui explique que les consommations dans les restaurants et les bars fassent office de second poste de dépenses des croisiéristes après les excursions.

L'horlogerie, la joaillerie, l'alcool la parfumerie et les cosmétiques sont autant de produits que les croisiéristes sont en mesure de retrouver dans les nombreuses boutiques *duty free* du navire. En revanche, l'utilisation des taxis est propre à l'économie du territoire et valorise l'activité du secteur des transports localement. Les chauffeurs de taxi travaillent en étroite collaboration avec les autorités portuaires, comme cela est observable à Sint Maarten ou à Cozumel par exemple, et s'associent afin d'offrir un service plus efficace aux croisiéristes et plus rentable pour eux. Les principaux obstacles résident dans le fait d'une part que les territoires sont exigus et que les rotations se font sur de très courtes distances, bien souvent des allers-retours entre le centre-ville et le terminal de croisière. Les chauffeurs de taxi doivent espérer multiplier les rotations pour que le service quotidien soit à leur avantage.

Ensuite, les excursions organisées et vendues sur le bateau sont une plaie pour le développement de l'activité des chauffeurs de taxi. En effet, si les excursions sont organisées de sorte à limiter les interventions extérieures, une machine bien huilée qui fait appel à des prestataires de service choisit conjointement entre l'Etat du territoire d'accueil et les

compagnies de croisière. La marge de manœuvre des chauffeurs de taxi indépendants n'en est que plus étroite, surtout quand on considère que certaines compagnies de croisière construisent et animent elles-mêmes leurs terminaux de croisière, étouffant le peu d'espoir des professionnels indépendants d'intégrer ce circuit étranger à l'économie locale.

Alors, certaines destinations se spécialisent et proposent davantage de produits de type joaillerie que souvenirs et vêtements. Chacun essaie de surfer sur la vague de la rentabilité en fonction de ses possibilités. Toujours selon l'étude du BREA de 2012, les destinations se distinguent les unes des autres en fonction des produits phares qui font office de têtes de gondole au regard des achats que peuvent effectuer les croisiéristes une fois sur place. Les souvenirs et les consommations n'ont alors que très peu de poids dans le revenu global des territoires d'accueil quant aux dépenses des croisiéristes. Il est loin le temps du touriste lambda qui parcourrait ces contrées lointaines à la recherche de son objet exotique. Aujourd'hui les croisiéristes ouvrent la voie d'un tourisme d'un autre genre et s'attachent davantage à profiter de la condition *duty free* pour s'offrir des produits de grandes marques.

Les modes de consommations changent entraînant avec elles le changement des modes de production. La promiscuité des îles de la Caraïbe et leur dénominateur naturel commun exacerbent l'aspect concurrentiel auquel elles doivent faire face. Elles sont toutes, ou presque, capables de présenter de jolies plages de sable blanc bordées de cocotiers à l'ensoleillement nullement comparable. Cette réalité physique induit que les destinations qui se veulent de croisière, ne peuvent pas se permettre de mettre en avant leur charme naturel, en tout cas pas uniquement.

Au début des années 1990, et jusqu'au milieu de cette décennie, les flux de croisiéristes restent homogènes et suivent une logique de conquête territoriale avec la montée en puissance des petites îles, nouvellement entrées dans le secteur du tourisme de croisière, et les géants incontestés qui profitent du gigantisme et du renouvellement de l'activité pour passer la barre des 2 millions de croisiéristes sur une année. Le cadre concurrentiel est désormais posé et les îles de la Caraïbe doivent se démarquer les unes des autres pour espérer attirer cette clientèle de croisiéristes de plus en plus nombreuse.

En 1994, à partir des complexes de l'hôtel *Atlantis Paradise Island*, les Bahamas proposent aux croisiéristes une excursion leur permettant d'approcher et de nager avec des dauphins. A partir de cette, le delphinarium est devenu produit phare des excursions de croisière et

beaucoup d'autres destinations à partir de là ont proposé ce service, Sint Maarten, Cozumel et les îles Caïmans. Cette activité s'est diversifiée et complexifiée, de la simple approche aux dauphins, ont été développés des parcs aquatiques avec toutes sortes de variétés d'animaux tropicaux. L'accessibilité à cette faune et cette flore marine est davantage mise en avant avec les séances de plongée, avec tuba ou bouteille, en milieu naturel et proposé à l'aube des années 2000.

Nous sommes aujourd'hui loin des delphinariums et autres activités de planches à voile. L'heure est au sensationnel, le croisiériste a besoin de cette dose d'adrénaline ou encore de cette sensation d'avoir goûté à l'exceptionnel et à l'extraordinaire.

Le côté naturel des paysages n'a plus grande importance, ce qui compte avant tout c'est frénésie féérique qui règne dans le lieu, une vision de Disneyland sous les tropiques. C'est aussi ça la Mc Disneyisation, le prolongement des lourds investissements du paquebot, et de l'enseigne qui le fait naviguer, dans l'exiguïté des territoires d'accueil. Toutes les formes de la société sont concernées, les familles avec ou sans enfant, les sportifs, ceux qui le sont moins ou pas du tout, les jeunes et les vieux. Toutes les catégories sociales peuvent avoir leur part de sensation, ceci, conjugué aux efforts continuels des territoires d'accueil pour promouvoir leur destination aux yeux des compagnies de croisière et aux compagnies qui elles-mêmes se sont lancées dans une certaine introversion de l'activité, font que désormais les destinations de la Caraïbe se lancent dans un marketing touristique qui n'a finalement que très peu de touristique. Sur les 1500 excursions qui sont proposées sur l'ensemble des territoires de la Caraïbe, accueillant des navires de croisière, celles relatives aux activités nautiques en représentent plus d'un tiers.

Ce n'est pas tant la proportion de chacun dans l'activité globale qui importe, mais bien l'évolution des moyens et la façon de présenter le produit. Il est fini le temps où les excursions en ville se font en bus climatisés, complètement aseptisés avec un guide touristique au micro. Il ne s'agit plus non plus de longer la route principale en essayant de photographier les grands de cannes ou de bananes à travers les vitres teintées du bus.

Aujourd'hui les excursions se font en voiture tout-terrain, en quad et même en hélicoptère, et les activités nautiques et le « lézardage » sur les plages de sable blanc s'apparentent davantage à des balades en bateaux ou en catamaran.

Ainsi, les destinations sont entrées dans l'ère du 2.0 de l'excursion, et doivent désormais offrir du sensationnel, pour espérer d'une part se démarquer de ce que peuvent faire les îles

voisines, et d'autre part, attirer davantage de clients, d'autant plus que les excursions sont la principale source de bénéfices des territoires d'accueil.

En 2012, le BREA, bureau d'études statistiques américain, a formulé les postes de dépenses des croisiéristes par destinations. Les dépenses des croisiéristes s'estiment à près de 1,5 milliard de dollars sur l'ensemble des territoires considérés, ce qui signifierait, selon la même source, que chaque croisiériste dépense une moyenne de 97 dollars sur chacun des territoires. Dans la réalité s'opèrent des différences de niveaux en terme de retombées financières, les destinations n'engagent pas les mêmes flux de croisiéristes et ne peuvent de ce fait escompter les mêmes retombées financières (cf. Tableau 37).

Tableau 37— Total des dépenses des croisiéristes en 2012

	Destination	passagers au sol	dépenses totales (en millions)	dépenses moyennes/pax (en dollar)
1	Antigua	524 100	34,2	65,3
2	Aruba	533 500	50,9	95,4
3	Bahamas	3 725 600	241,5	64,8
4	Barbade	606 800	39,8	65,6
5	Belize	608 400	44,4	73
6	îles Vierges britanniques	361 100	23,7	65,5
7	îles Caïmans	1 296 000	121,5	93,7
8	Curaçao	407 500	29,2	71,7
9	Dominique	294 600	14,1	47,8
10	République dominicaine	238 000	15,5	69,5
11	Grenade	274 900	11,2	40,8
12	Porto Rico	1 112 300	131,4	118,1
13	Saint Kitts	560 600	61,1	108,9
14	Sint Maarten	1 586 400	294,1	185,4
15	Saint Vincent	58 800	1,6	27,1
16	Turks et Caïcos	724 200	46,3	63,9
17	îles Vierges américaines	1 795 900	263,5	146,7

Source : FCCA, 2012

En comparant les données apparaissent les destinations que nous pourrions qualifier de plus rentables au sein du bassin caribéen, celles où les croisiéristes dépensent le plus. Le plus intéressant est de comparer les dépenses moyennes des croisiéristes en comparaison au nombre de passagers en visite sur le territoire. Les disparités sont visibles dès les premières lignes du tableau, en effet Antigua et Aruba ont un nombre équivalent de passagers en visite et pourtant les croisiéristes dépensent une fois et demie plus à Aruba qu'à Antigua (en terme de valeur et non de quantité). De même que, la République dominicaine qui engage deux fois

moins de croisiéristes qu'Antigua possède pratiquement la même moyenne de dépenses que cette dernière.

Avec les flux les plus importants, les Bahamas ne possèdent pas le plus fort taux de dépenses de la Caraïbe. Ce privilège revient à Sint Maarten qui a enregistré pas loin de 300 millions de dollars de dépenses de croisiéristes uniquement, avec non loin derrière les îles vierges américaines avec un peu plus de 263 millions de dollars sur la même période.

Sur l'ensemble des territoires représentés et au regard des dépenses moyennes par passager, une analyse plus approfondie a été réalisée à partir des deux extrêmes, c'est-à-dire les territoires qui enregistrent les minimas et les maximas de cette série de données.

Cette analyse s'appuie sur l'ensemble des postes de dépenses des croisiéristes à partir des catégories établies par la FCCA, à savoir : les excursions, l'horlogerie/joaillerie, les vêtements, la consommation dans des bars et autres restaurants, les souvenirs, les transports en taxis, l'alcool, la parfumerie et cosmétiques, les divertissements, l'électronique et la téléphonie.

Quatre territoires sont concernés, la Dominique et Grenade, avec respectivement 47,8 et 40,8 dollars de dépense moyenne par passager, et Sin Maarten et les îles Vierges américaines avec 185,4 et 146,7 dollars de dépense moyenne par passager.

En effet, la question qui reste à l'esprit est de savoir ce qui fait vendre, quels genres de produits sont proposés aux croisiéristes pour avoir ce genre de palmarès. Dans le prolongement de cette étude, une analyse des types de dépenses des croisiéristes est présentée.

8.1 L'analyse des différents acteurs : la stratégie des compagnies de croisière

La croissance continue de la fréquentation de croisière dans l'espace caribéen constitue un fait majeur du tourisme international des quatre dernières décennies. La diminution des croisiéristes depuis 2004, la forte et stable concentration sur les dix dernières années et le basculement vers l'Ouest caribéen au cours de 4 dernières décennies sont aussi les caractères essentiels de l'activité de croisière dans la zone Caraïbe. L'article confirme le comportement de maximisation de profit des compagnies de croisière comme le facteur structurant de la « spatialisation » dynamique et statique de la croisière dans la Caraïbe. En adoptant la perspective de l'offre et via une double approche méthodologique, discursive et économétrique, deux variables expliquent la fréquentation de croisière des escales caribéennes : le revenu d'excursion et la distance. Ce résultat suggère des recommandations de politique économique et interpelle l'économie géographique sur les particularités de l'activité de croisière.

Le début de la décennie 1970 inaugure l'ère du tourisme de croisière de masse. La Caraïbe est l'espace où se développera pendant les 40 années suivantes la version de masse du « produit croisière », dont les prémices se situent selon Dehoorne et al. (2008) au début du 20e siècle. L'espace caribéen demeure la principale zone d'allocation des capacités mondiales de transport de croisière (41,4 % des nuitées offertes par l'ensemble des compagnies de croisière en 2009, pour 50,8 % en 2000). La fréquentation des touristes de croisière dans les 25 ports d'escale caribéens passe de 1,3 million à 17,9 millions de croisiéristes entre 1970 et 2008. Les compagnies de croisière opérant dans la Caraïbe ont transporté 380 milliers de passagers en 1970 et 5,1 millions en 2008 (majoritairement de nationalité étatsunienne). Le développement impressionnant de la croisière dans la Caraïbe, une croissance annuelle moyenne de 7,3 % des arrivées dans les destinations et 5,1 % des passagers ne fut pas géographiquement uniforme. Le rythme de croissance des arrivées dans les quatre sous-régions composant la zone ne fut pas similaire ; d'où une nette évolution de la répartition spatiale du flux de croisière. Pourtant en 2008, cinq destinations concentrent 55 % des arrivées totales de croisière de la Caraïbe. Au cours des quatre dernières décennies, les Bahamas et les Iles vierges Américaines sont invariablement parmi le trio de tête des îles les plus visitées. A notre connaissance aucune recherche n'a tenté d'expliquer les deux

précédents constats : concentration du flux de croisière dans la Caraïbe et l'évolution sur le long terme de sa répartition spatiale.

Les travaux académiques dédiés à la croisière dans la Caraïbe adoptent des perspectives variées. Hall (1990) et Wood (2000) étudient la mondialisation de l'industrie de la croisière, afin d'en comprendre les mutations, en s'appuyant sur l'espace caribéen. Wilkinson (1999), Logossah (2007) et Logossah et Bresson (2011) renversent la perspective. Ils s'attachent aux effets de la croisière sur l'économie et sur la société des destinations, dans le cadre mondialisé du tourisme. Adoptant également le point de vue des destinations (et spécifiquement du Costa Rica), Seidl et al. (2006, 2007) questionnent l'opportunité des investissements publics dédiés au tourisme de croisière, au regard de l'impact économique généré. Dehoorne et al. (2008) sont les seuls à considérer la dimension spatiale intracaribéenne de la croisière, en relation avec les enjeux de développement.

Le sujet de la répartition intracaribéenne du flux de croisière est première importance pour les Etats de la zone dont la croissance économique repose sur le tourisme en général et la croisière en particulier. En 2008, la croisière assure 50 % de la fréquentation touristique de la Caraïbe. Son évolution sur les 20 dernières années est supérieure à celle de la fréquentation de séjour. La connaissance des déterminants de la répartition intracaribéenne de la fréquentation de croisière constitue un outil de planification économique et touristique. Elle fixe à chaque escale son potentiel de réception. En outre, eu égard à son importance et son ancienneté dans l'activité de croisière, la Caraïbe apparaît comme la zone idoine d'étude pour une compréhension systémique des modalités de la répartition entre les destinations de bassins de navigation de croisière en devenir : Alaska, Méditerranée, Amérique du Sud, Asie-Pacifique.

La problématique générique de la répartition spatio-temporelle des flux touristiques est transversale aux champs disciplinaires de la géographie et de l'économie. Pour les géographes il s'agit de comprendre la « spatialisation », ou encore d'expliquer comment les hommes se répartissent dans l'espace. Pour les économistes, les flux sont l'expression de la demande touristique, dont les éléments explicatifs doivent être connus pour identifier les conditions d'équilibre du marché.

Le peu d'intérêt porté à la question de la « spatialisation » de la fréquentation de croisière dans la Caraïbe est partiellement imputable au contexte de croissance continue des quatre

dernières décennies. Plus essentiellement, cet « oubli » relève d'un schéma explicatif implicite, adopté par les planificateurs et les gouvernements, où la demande touristique ou la « spatialisation » relève des caractères propres de la destination. Cette réponse commune aux géographes et aux économistes à la problématique de la « spatialisation » s'élabore en adoptant la perspective de la destination réceptrice. Ce schéma explicatif ne reconnaît pas d'influence aux compagnies de croisière, qui sont considérées comme un média neutre ou un vecteur de transport. Il inspire des politiques touristiques axées sur la mise en valeur des atouts respectifs de chaque destination.

Les deux caractères de la croisière dans la Caraïbe (persistance d'une forte concentration des flux de croisière au cours des 40 dernières années et modification de la répartition spatiale des arrivées) questionnent ce schéma explicatif par la demande implicitement adoptée ; sauf à postuler que les goûts des consommateurs n'ont pas changé depuis 40 ans... Dans cet esprit, il convient de rappeler la conclusion de Dehoorne et al. (2008) : « Les logiques économiques et commerciales de cette industrie [la croisière...] échappent aux territoires d'accueil qui ne sont plus en mesure de négocier des conditions économiques susceptibles de soutenir leur développement ».

La présente est un schéma explicatif aux questions de la répartition spatiale du flux annuel de croisiéristes dans la Caraïbe et, de son évolution sur le long terme. Plus explicitement les développements qui suivent explicitent pourquoi les Bahamas concentrent 15 % de la totalité des arrivées de croisière dans la Caraïbe en 2008, alors qu'Antigua cumule que 3 % ; Cozumel qui n'était pas un port de croisière au début de la décennie 1970 reçoit 14 % des croisiéristes caribéens en 2008.

La réponse à ces interrogations adopte une approche alternative à celle implicite par la demande, en retenant la perspective de l'offre. La réponse à la problématique repose sur l'hypothèse qu'entre la destination et le touriste, il y a les compagnies de croisière. Ces dernières peuvent orienter la fréquentation des destinations et ainsi la répartition intracaribéenne du flux global de croisiéristes. De cette hypothèse, il s'infère que la fréquentation de croisière des destinations caribéennes dépend du comportement de maximisation du profit des compagnies. Ainsi le choix des destinations et des itinéraires par les compagnies de croisière ne repose pas en première analyse, sur les caractéristiques des destinations.

L'évolution de la répartition de la fréquentation de croisière dans la Caraïbe est principalement liée aux contraintes qui ont pesé sur les offreurs. La boucle : diminution des coûts de transport-développement du marché a contribué à structurer la distribution de la fréquentation autour des deux axes : Ouest-Est et Bahamas-sud. Cette boucle coûts-productivité-prix-élargissement du marché matérialise la dynamique temporaire des rendements croissants. Elle permet d'appréhender l'évolution de la fréquentation de croisière intracaribéenne sans faire appel aux politiques de développement publiques des escales.

En gardant la perspective de l'offre et via l'outil économétrique, la section suivante apprécie l'influence de deux déterminants de la répartition de la fréquentation de croisière dans la Caraïbe.

Comment expliquer les différences de fréquentation de croisière entre les différentes destinations de la Caraïbe ? La réponse à cette interrogation fournit une explication à la répartition de la fréquentation de croisière intracaribéenne. En effet à capacité de transport donné, expliquer le niveau de fréquentation de chaque destination revient à déterminer la répartition de la fréquentation entre l'ensemble des destinations. La première section a identifié un premier facteur explicatif important : la distance. Contrainte dans la première période (1970-1980), puis outil de rationalisation des coûts dans la seconde, l'éloignement relativement à la Floride a contribué au basculement vers l'Ouest. La distance relativement au principal port de départ qu'est la Floride, synthétise le comportement de maximisation de profit des compagnies de croisière via deux canaux : le premier exprime une stratégie de réduction des coûts au service du second dédié à l'élargissement du marché par la diminution des prix.

Cette section propose une seconde variable explicative de la répartition intracaribéenne du flux de croisière : la recette globale d'excursion générée par chaque escale. En effet, les escales sont des centres de profits pour les compagnies, via les marges que ces dernières récupèrent sur la vente des excursions à terre. Une journée avant l'arrivée dans l'escale la compagnie propose à ses clients une gamme d'excursions à terre. La compagnie agit ici comme une agence de voyages et récupère une marge. Le montant global de ces marges constitue la recette globale d'excursion, qui est une part du chiffre d'affaires global des compagnies de croisière. Les ventes d'excursions sont un centre de profit dans le modèle économique des compagnies et un indicateur de leur comportement de maximisation de profit. Aussi expliquer la fréquentation de croisière des destinations par la recette globale

d'excursion des compagnies revient à lier le profit de ces dernières à la « spatialisation » du flux de croisière. D'un tel lien, il s'induit que les destinations les plus profitables sont également celles qui reçoivent le plus d'escales et conséquemment le plus de visiteurs ; nonobstant leur caractère propre.

Les estimations économétriques en coupe de l'année 2008 étayent le lien de dépendance entre le comportement de maximisation de profit des compagnies et la répartition intracaribéenne du flux global de croisière. Elles permettent d'évaluer l'intensité de l'influence des deux variables exprimant le comportement de maximisation de profit des compagnies sur le niveau de fréquentation de croisière de chaque destination. Une première régression (eq1) explique les flux de chaque destination (Flux08) uniquement par la recette globale d'excursion (Rect). La seconde (eq2) quantifie simultanément les influences de la distance (Dist : distance entre Miami et les différentes escales caribéennes) et la recette globale d'excursion (Rect). L'expression de ces dépendances est exprimée via les équations ci-dessous :

Eq. 1 — $Flux08 = aRECT + b + \omega$ explique linéairement le flux de croisiéristes de l'escale par la recette globale qu'elle génère pour les compagnies. Le paramètre a est espéré positif.

Eq. 2 — $Flux08 = aRECT + bDIST + c + \omega$ rend le flux de croisières d'une destination dépendant de deux variables explicatives. Les paramètres a et b sont espérés de signe opposé : positif pour a et négatif pour b .

Dans chaque équation ω signale le résidu. Les données nécessaires aux estimations proviennent de la base de données de Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA). Elles sont disponibles sur demande. Les estimations des régressions sont reproduites ci-après :

$$Eq1 - Flux08 = 165\,096 + 0.0759RECT + \omega - R^2 : 0.77$$

$$Eq2 - Flux08 = 629\,209 - 168.62DIST + 0.06556RECT + \omega - R^2 : 0.81$$

Les estimations économétriques sont très satisfaisantes. Les paramètres sont significativement différents de la nullité, avec les marges d'erreur habituelles. Les résidus ne sont pas autocorrélés et sont homoscédastiques. Le test de Fisher atteste la qualité globale de la régression. La stationnarité des résidus pour l'équation des régressions Eq.1 et Eq.2 confirme

l'existence d'un mouvement à long terme entre les deux variables et les arrivées des destinations de croisière.

Les équations estimées autorisent deux séries d'inférences selon la perspective adoptée : celle des escales ou celle des compagnies. Interprétées à l'aune des escales, ces deux estimations confirment l'hypothèse du comportement de maximisation de profit des compagnies comme facteur explicatif de la spatialisation de la croisière dans la Caraïbe. Les indicateurs de profit coûts-distance et recette d'excursion-chiffre d'affaires expliquent séparément, simultanément et surtout significativement les flux de croisières des escales caribéennes. Les deux équations reproduisent 80 % de la variance de la fréquentation des destinations, avec les signes espérés : négatifs pour la distance et positif pour la recette. Eq1 confirme que les compagnies affectent de plus grandes capacités aux destinations, dont elles extraient les revenus d'excursion les plus importants. Le caractère de bruit blanc des résidus indique que les 20 % de variance inexpliquée sont des chocs aléatoires, difficilement imputables à l'attractivité construite des destinations. Celle-ci assure un niveau de fréquentation de 165 milliers de visiteurs de croisière, équivalent au paramètre b . Sous l'hypothèse d'une concurrence parfaite, Eq2 révèle que chaque destination a un potentiel de réception de 629 milliers de visiteurs (l'intercept de Eq2). Considérées dans la perspective des compagnies, ces équations révèlent certains traits de leur comportement. Ainsi selon Eq1, les destinations caribéennes ne reçoivent un touriste supplémentaire que la mesure où elles sont susceptibles de générer 13 US \$ d'excursion pour

la compagnie $\left(\frac{dFlux08_i}{dRECT_i} = 0.076 \Rightarrow \frac{1}{0.076} = dRECT_i = 13 \right)$. Plus explicitement 3 000

croisiéristes de plus, doivent générer une recette d'excursion de 40 000 US \$ pour la compagnie de croisière $\left(\frac{dFlux08_i}{dRECT_i} = 0.076 \Rightarrow \frac{3000}{0.076} = dRECT_i = 40000 \right)$. Dans cette

perspective, le paramètre b mesure une affectation « hors rentabilité » relevant d'escales d'appoint, pour avitaillement, d'escale tête de ligne, ou encore pour compléter la durée d'une semaine. A l'aune de l'Eq1, une escale qui ne génère pas de recettes reçoit au maximum 165 000 visiteurs. Enfin, Eq2 suggère un seuil de substitution entre destinations. Ainsi 50 km de plus doivent générer une recette d'excursion de l'ordre de 130 000 US \$

$$\left(\frac{dFlux08}{dDIST} \Rightarrow \frac{dRECT}{dDIST} = \frac{168.62}{0.0655} \times 50 = 128\,700 \right)$$

Cette seconde section complète et conforte l'approche de la première section. Elle confirme et quantifie économétriquement le comportement de maximisation de profit des compagnies comme un facteur explicatif de la distribution de la fréquentation de croisière dans la Caraïbe. La croissance continue de la fréquentation de croisière dans l'espace caribéen constitue un fait majeur du tourisme international des quatre dernières décennies. Ce développement n'a vraisemblablement pas favorisé l'analyse de la répartition interdestination ; autrement dit de la ventilation intracaribéenne de la fréquentation de croisière. La diminution de la fréquentation depuis 2004, la forte et stable concentration sur les dix dernières années et le basculement vers l'Ouest Caribéen sont les caractères essentiels de la morphologie de la croisière caribéenne.

En adoptant une approche méthodologique différente de celle implicitement adoptée, l'article dégage un schème explicatif de la répartition intracaribéenne du flux de croisière et de son évolution. Ainsi, le basculement vers l'ouest de l'essentiel de la fréquentation de croisière relève des contraintes qui ont pesé sur les compagnies de croisière. Ces contraintes ont initiées une boucle : diminution des coûts de transport-développement du marché, qui a structuré la distribution de la fréquentation autour des deux axes : Ouest-Est et Bahamas-sud ; le premier concentrant au terme des quarante dernières années 65 % de la fréquentation totale de croisière. Via deux estimations économétriques, l'article démontre que le niveau de fréquentation de chaque escale repose sur deux facteurs : la distance mesurée par l'éloignement relativement à la Floride et la recette d'excursion des compagnies ; cette dernière pouvant expliquer près de 80 % de la variance des flux de chaque destination.

A l'aune des modèles de l'économie spatiale ou de la location, la prépondérance du comportement microéconomique des compagnies dans la distribution intracaribéenne du flux de croisière, peut provenir de la similarité des escales caribéennes ; qui dès lors non différenciées, sont en concurrence parfaite. Cette prépondérance est également liée à une particularité de l'activité de croisière. Les compagnies de croisière ne sont pas uniquement des transporteurs ; une part de leur production (les excursions) est liée à l'escale. L'analyse du caractère Janus de l'activité des compagnies de croisière doit interpeller l'économie de la location en tant que discipline.

Conclusion

All inclusive, c'est ici un concept majeur qui a révolutionné le tourisme et particulièrement celui de la croisière. Lorsque les navires ne servaient qu'au transport des passagers, lorsque la croisière était utilisée en son sens le plus strict, les bénéfices des compagnies de croisière résidaient essentiellement dans la tarification et la vente de billet d'embarquement. Depuis l'avènement de l'*all inclusive*, les compagnies de croisière ont choisi de faire de leurs embarcations de véritables villages flottants où rien ne vient à manquer aux passagers à bord. Des bars, des casinos, des restaurants, tout y est inclus pour satisfaire les moindres désirs des passagers, au détriment cela va s'en dire des territoires d'accueil qui jusque-là pour mission de divertir les passagers. Plusieurs éléments ont conduit au basculement de cette situation. Le premier, les compagnies de croisière ont considérablement augmenté les unités de leur flotte dans les années 1980 pour ensuite en augmenter la taille dans les années 1990. Pour permettre l'accès à cette forme de tourisme désormais de masse, le prix d'achat d'un billet pour une croisière a diminué. Le second est que pour pallier à la diminution du tarif des croisières, dans les années 1990, les compagnies de croisière équipent leur navire de divertissements permettant de générer du profit à bord. Le gigantisme des navires à la fin des années 1990 et au début des années 2000 ne fera qu'augmenter les aménités à bord, multipliant les restaurants et les casinos et faisant même apparaître des centres de soins et des spas.

Ainsi, les retombées financières des territoires d'accueil résident essentiellement dans les taxes portuaires auxquelles sont soumises les compagnies de croisière pour la prise en charge du navire pendant l'escale, et les bénéfices générés par les passagers au sol le temps de l'escale. Les compagnies de croisière quant à elles tirent bénéfice de toutes les prestations qu'elles proposent à bord, même les excursions qui seront effectuées à destination.

Dans la réalité, il n'y a pas de perdants ou de gagnants, si tel était le sens de notre démarche. Il s'agit d'entreprises qui cherchent à créer des bénéfices à partir des sommes qu'elles ont engagés dans l'activité de croisière dans la Caraïbe. L'investissement des compagnies de croisière, principalement dans la construction de navire, est visiblement plus important que celui des territoires d'accueil, c'est un élément de la prédominance des compagnies de croisière au détriment des territoires d'accueil.

Chapitre — 9 La croisière : succès et limites du concept

L'industrie de la croisière est en pleine expansion et ses potentialités sont considérables, tant en termes d'accès à de nouvelles clientèles que de déploiement sélectif dans le monde – sur des territoires stables, sécurisés. Néanmoins, quelques limites doivent être soulignées comme son impact sur l'environnement, la capacité à gérer le gigantisme, les relations avec les territoires d'accueil et les perspectives d'innovation d'un produit – certes, très rentables dans le système actuel - mais trop standardisé (Dehoorne *et al.* 2009).

L'industrie de la croisière a expérimenté et développé une production de masse dans la Caraïbe avec les consommateurs nord-américains (Hall *et al.*, 1990 ; Wood, 2000 ; Weaver, 2005). Le produit « croisière caraïbe » incarne cet âge d'or du fordisme appliqué à l'industrie de la croisière. Le produit est standardisé, l'outil optimisé, des économies d'échelle sont réalisées grâce aux mégapaquebots qui permettent d'augmenter la productivité. Le marché se stabilise dans la Caraïbe et les perspectives de croissance du taux de pénétration du marché nord-américain sont intéressantes. Le produit demeure assez attractif auprès des clientèles inexpérimentées, mais il donne quelques signes d'obsolescence auprès des clientèles plus averties. L'industrie de la croisière, avec ces pratiques et consommations massives, étend son emprise sur l'Europe et vers l'Asie de l'Est.

Dans son contexte de développement actuel, quels sont les freins au développement du tourisme de croisière ?

Ce chapitre traite des impacts négatifs de la croisière sur l'environnement dans lequel naviguent les paquebots, mais aussi dans un contexte de gigantisme où la gestion des populations est largement remise en cause.

9.1 Croisière et sécurité environnementale

Un navire de croisière, ville flottante par définition, circule dans la mer des Caraïbes avec à son bord une certaine quantité de passagers et de façon récurrente, sur les mêmes territoires pendant une saison discontinuée de 8 mois environ. Ce navire est constitué comme n'importe quelle machine, c'est-à-dire qu'elle ingère et rejette à la fois des éléments mécaniques, mais aussi et surtout des déchets organiques dus à la vie de croisière à bord.

L'une des préoccupations premières des territoires d'accueil, des autorités en charge de la gestion des espaces marins serait de réduire les effets néfastes de l'activité dans la zone.

Dans son article sur l'activité de la croisière à Vancouver, Ross A. Klein (2010) fait une liste des différents déchets que peut produire un navire de croisière en rapport aux nombres de passagers transportés.

— les « eaux noires », ce sont des déchets humains qui correspondent aux rejets des toilettes du navire et représentent en moyenne 8 gallons, c'est-à-dire 30 litres par jour et par passagers. Ces eaux peuvent contenir des bactéries, des agents pathogènes, des parasites intestinaux, et s'ils ne sont pas traités convenablement, comme tous autres déchets, peuvent nuire gravement à la flore et à la faune marine.

— les « eaux grises », ce sont les eaux usées du navire, qui proviennent des douches, des cuisines, et autres blanchisseries du bateau. C'est la plus grande source d'eaux usées d'un navire de croisière, près de 340 litres sont produits chaque jour par personne. Comme les « eaux noires », les « eaux grises » sont elles aussi chargées d'un certain nombre de polluants tels que les bactéries fécales, les détergents, des hydro carbones pétroliers organiques et des matières dévoreuses d'oxygène. Ce sont ces dernières, qui si elles passent entre les filets d'un mauvais traitement des eaux usées peuvent potentiellement être très dangereuses pour les espaces marins.

Les « eaux noires et grises » peuvent être rejetées, après traitement, une distance de 6,5 kilomètres des côtes, contrairement aux boues d'épuration qui sont rejettées à 19 kilomètres des côtes.

— Enfin, les navires produisent de très gros volumes de déchets solides, de l'ordre de 3,5 kilos par personne et par jour, ceci représente 24 % des déchets d'un navire de croisière au quotidien (Klein, 2010). Une partie est recyclée, l'autre est incinérée, le reste est rejeté dans l'océan à une distance minimale de 5 kilomètres des côtes.

En premier lieu, ces chiffres ne sont que très peu parlants s'il ne reflète pas une réalité, il ne s'agit pas de reprendre les données correspondant à toute la flotte de navires en service, mais d'associer ces chiffres à des exemples parlants.

Le tableau ci-dessous (cf. Tableau 38) représente la production de déchets de trois navires, symboles du gigantisme, parce qu'au moment de la rédaction se sont les plus gros paquebots du monde : l'*Allure of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International*, le *Norwegian Epic* de la compagnie *Norwegian Cruise Line* et le *Carnival Breeze* de la *Carnival Cruise Line*.

Tableau 38— Représentation de la production de déchets d'un navire de croisière

navire	Circuit
<i>Allure of the Seas</i> 225 000 tonnes 5 400 passagers 2384 membres d'équipage	Croisière de 7 jours : 1— Fort Lauderdale — Labadie (Haïti) — Falmouth (Jamaïque) — Cozumel (Mexique) 2— Fort Lauderdale — Nassau (Bahamas) — Charlotte Amalie (îles Vierges américaines) — Philipsburg (Sint Maarten)
<i>Norwegian Epic</i> 155 873 tonnes 4 100 passagers 1753 membres d'équipage	Croisière de 7 jours : Miami — Ocho rios (Jamaïque) — George Town (Grand Cayman) — Cozumel (Mexique) — Miami
<i>Carnival Breeze</i> 130 000 3 690 passagers 1386 membres d'équipage	Croisière 6 jours : 1— Miami — Falmouth (Jamaïque) — George Town (Grand Cayman) — Cozumel (Mexique) — Miami 2- Miami Ocho rios (Jamaïque) - George Town (Grand Cayman) — Cozumel (Mexique) — Miami

.	jour 1	jour 2	jour 3	jour 4	jour 5	jour 6	total croisière	total année
Allure of the Seas	journée en mer	Labadie	Falmouth	journée en mer	Cozumel	journée en mer		
eaux noires (litres)	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	972 000	11 664 000
eaux grises (litres)	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	11 016 000	132 192 000
déchets solides (kilos)	18 900	18 900	18 900	18 900	18 900	18 900	113 400	1 360 800
	Nassau	journée en mer	Charlotte Amalie	Philipsburg	journée en mer	journée en mer		
eaux noires (litres)	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	972 000	11 664 000
eaux grises (litres)	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	1 836 000	11 016 000	132 192 000
déchets solides (kilos)	18 900	18 900	18 900	18 900	18 900	18 900	113 400	1 360 800
Norwegian Epic	journée en mer	journée en mer	Ocho rios	George Town	Cozumel	journée en mer		
eaux noires (litres)	123 000	123 000	123 000	123 000	123 000	123 000	738 000	2 952 000
eaux grises (litres)	1 394 000	1 394 000	1 394 000	1 394 000	1 394 000	1 394 000	8 364 000	33 456 000
déchets solides (kilos)	14 350	14 350	14 350	14 350	14 350	14 350	86 100	344 400
Carnival Breeze	journée en mer	Falmouth	Grand Cayman	Cozumel	journée en mer	Miami		
eaux noires (litres)	110 700	110 700	110 700	110 700	110 700		553 500	553 500
eaux grises (litres)	1 254 600	1 254 600	1 254 600	1 254 600	1 254 600		6 273 000	6 273 000
déchets solides (kilos)	12 915	12 915	12 915	12 915	12 915		64 575	64 575
	journée en mer	Ocho rios	Grand Cayman	Cozumel	journée en mer	Miami		
eaux noires (litres)	110 700	110 700	110 700	110 700	110 700		553 500	9 409 500
eaux grises (litres)	1 254 600	1 254 600	1 254 600	1 254 600	1 254 600		6 273 000	106 641 000
déchets solides (kilos)	12 915	12 915	12 915	12 915	12 915		64 575	1 097 775

Source : Klein , 2010 ; auteur, 2015

Les résultats des différents calculs sont impressionnants, tant les quantités de déchets produits par les passagers lors d'une croisière sont importantes. Des millions de litres d'eaux usées sont traitées à chaque croisière, plus encore sur une année de service. Ce tableau est une continuité de la réflexion de Ross Klein et permet de faire comprendre l'importance, pour l'environnement et les espaces côtiers des territoires concernés par la croisière, que les navires de croisière soient dotés d'un système d'épuration efficace.

Ceci est d'autant plus important dans la mesure où il est extrêmement difficile d'évaluer les quantités rejetées et sous quelle forme, cette donnée est variable d'une compagnie à une autre, d'un navire à un autre.

Les navires de croisière sont équipés d'un système nommé AWTS (Advanced Wastewater Treatment System), système avancé de traitement des eaux usées, qui doit de façon régulière et performante, traiter les eaux usées produites par le navire de sorte que lorsque qu'elles sont rejetées ne nuisent en aucune sorte aux écosystèmes marins.

Seulement, ce système est loin d'être performant, Klein (2010) rapporte que certains problèmes persistent avec les charges en nutriments et le mauvais traitement de constituants tels que l'ammoniac, le zinc, le cuivre, le phosphore et le nitrogène. Selon lui, la problématique que soulèvent les quantités de déchets produites par les navires par les navires de croisière est comparable à celle d'une petite ville. A la différence que le navire de croisière rejette dans l'air et dans la mer, une partie de ces déchets soulevant ainsi une certaine préoccupation d'ordre environnemental exacerbée par la taille des zones de navigation et des îles ou les navires font escale.

Traiter des déchets, principalement humains, sur un navire de croisière est plus difficile que si le traitement se fait sur terre. L'optimisation de l'espace dans les navires de croisière ne permet pas d'envisager de grosses installations techniques au traitement des déchets. De plus, les méthodes utilisées actuellement dans la prise en charge des déchets ne s'adaptent pas forcément au contexte du navire. L'incinérateur serait difficilement envisageable dans ce cas.

Les déchets et leur traitement soulèvent de véritables interrogations dans le milieu de la croisière, et c'est pour répondre au mieux à ce souci de protection de l'environnement que les compagnies de croisière se sont engagées au début des années 2000 à équiper leurs navires d'un système AWTS.

Malgré la lourdeur de l'installation (4 mois pour le montage du système selon Royal Caribbean International) la plupart des navires en sont équipés et ceux qui sont de génération

précédente ont désormais un système adapté, mais tout aussi efficace, c'est une étape positive pour les territoires qui accueillent des escales de croisière.

Les compagnies de croisière font face aux critiques et veulent donner l'image d'entreprises conscientes de ses responsabilités environnementales. La compagnie Royal Caribbean lance en 1992, la campagne « *Save the waves* », programme de politique interne à la compagnie qui vise au recyclage des eaux usées sur les navires. Cette même compagnie ira jusqu'à décerner quelque année plus tard, un prix au navire le moins polluant de la société. Il ne s'agit là que d'une récompense reconnue uniquement par les dirigeants de la compagnie et n'étant soumise à aucune loi, ni aucun acte de reconnaissance politique sur le territoire.

D'autres compagnies ont eu les mêmes ambitions et ont créé elles aussi des programmes visant à réduire l'impact de la croisière sur l'environnement. Ainsi en 1994, la compagnie *Holland America* lance le programme *SEA* (*seagoing environment awareness*), la compagnie *Princess Cruise Line* lance le programme « *Planet Princess* » et *Crystal Cruise* « *Crystal clean* ».

Les efforts des compagnies de croisière face à la réduction des effets indésirables de l'activité sur l'environnement. Cependant, selon Ross Klein (2010), ces efforts sont encore largement insuffisants face à l'ampleur de cet impact. Malgré tout, selon lui, tous ces efforts méritent encore d'être améliorés dans la mesure où la charge en nutriments des eaux usées traitées et rejetées en mer est encore beaucoup trop élevée.

Une charge élevée en nutriments en milieu marin entraîne une diminution de la diversité végétale. C'est-à-dire que les espèces végétales capables d'utiliser la surabondance en nutriments se développent au détriment des espèces végétales moins voraces en nutriments et incapables de supporter la concurrence. Ceci a pour résultante la surpopulation d'espèces végétales par rapport à d'autres, ce qui entraîne automatiquement, un déséquilibre dans le système de vie marin.

Ross Klein (2009) indique qu'une croisière s'est 32 litres d'eaux usées par jour et par personne, 350 litres d'eaux grises par jour et par personne, environ 3 kilos de déchets solides par jour et par personne, 28 000 litres d'eaux usées sous forme de boue produite par chaque navire, chaque jour et environ 28 000 litres d'eau huileuse par navire et par jour.

Pour avoir une idée de la quantité de déchets que les navires de croisière ont traité, nous nous sommes appuyés sur les données de la MARAD. Chaque année, l'Administration maritime américaine (MARAD) établit un rapport détaillé de tous les navires qui ont quitté les

ports des Etats-Unis. Ce rapport reprend le nom des navires, leur compagnie, le nombre de passagers, leur destination et la durée de la croisière.

En couplant les estimations de Klein sur la production de déchets ainsi que les dernières données de la MARAD qui datent du mois de mars 2012 il revient que l'ensemble des compagnies de croisière qui ont navigué dans le bassin caribéen ont eu à traiter plus de 198 millions de litres d'eaux usées, 2 millions de litres d'eaux grises, 18 tonnes de déchets solides et 63 millions de litres d'eaux boueuses et d'eaux huileuses.

Ces résultats sont révélateurs de plusieurs choses, la première est que l'activité de croisière sollicite de façon intensive le bassin caribéen, cette intensité est aussi nuisible tant l'espace est petit, à l'échelle mondiale (la Caraïbe ne représente que 1,5 % de la surface en eau mondiale). Enfin, il ne s'agit que des données du mois de mars 2012, si ces données sont élargies à la saison de croisière, puis aux saisons qui ont succédé, il est davantage aisé de comprendre l'importance que soulève la question de l'environnement dans le développement de l'activité de croisière.

L'empreinte carbone, mesure du dioxyde de carbone expulsée dans l'air, est un indicateur universel concernant le changement climatique dû au gaz à effet de serre. L'empreinte carbone est le cheval de bataille des associations écologiques qui n'ont que pour seul objectif est d'en diminuer les rejets. Toutes les branches de l'industrie mondiale sont concernées jusqu'à la mesure des rejets des voitures.

Cette empreinte carbone doit être réduite à son maximum pour que les activités, quelle qu'elle soit, minimisent leur impact en carbone.

Un Navire de croisière a une empreinte carbone 36 fois supérieure à celle de l'Eurostar (train grande vitesse qui relie Paris à Londres en passant par le tunnel sous la Manche) et 3 fois supérieure à celle d'un passager d'un Boeing 747 (Klein, 2010).

Alors, l'inquiétude que soulève l'impact écologique de l'activité de croisière particulièrement dans la Caraïbe est certainement justifiée au regard des résultats des différentes études sur le sujet. Les compagnies de croisière ont-elles aussi certainement raison de faire face aux accusations en développant une politique écologique au sein de l'entreprise en récompensant les navires les moins polluants. Cependant, cela ne freine ni l'activité, ni l'augmentation des circuits, et le lobby américain de Ross Klein, *Cruise Critics*, inquiet des proportions que prend le potentiel pollution de l'activité de croisière, n'a pas encore réussi à élever les consciences aux Etats-Unis.

9.2 Les limites du gigantisme

Économie d'échelle et production de masse expliquent le gigantisme dans lequel se sont lancées les compagnies de croisière, avec des mégapaquebots capables de transporter 5 000 à 6 000 croisiéristes. Les processus de massification et de gigantisme (Dehoorne et *al.*, 2009) arrivent certainement à leur paroxysme : en 2007, le *Liberty of the Seas* dominait le marché avec ses 160 000 tonnes pour 3 634 passagers, deux années plus tard, l'*Oasis of the Seas* puis l'année suivante l'*Allure of the Seas* (2010) imposent une ultime démesure avec une capacité de 6 296 passagers pour 225 282 tonnes (Dehoorne et *al.*, 2013). Ce gigantisme est un véritable défi pour les territoires d'accueil qui doivent investir dans des structures portuaires toujours plus grandes rongant l'espace marin environnant de façon inéluctable.

Selon l'Institut français de la mer (IFM), dans son rapport de 2009, il n'existe pas de limites techniques et technologiques à la construction navale, si ce n'est la limite que s'imposent les ingénieurs. Autrement dit, à partir du moment où la logique technique le permet, les navires de croisière, ou toutes autres embarcations navales seront construits pour embarquer plus de passagers.

Si le risque, loin d'être zéro, n'est pas sur le plan technique et/ou technologique, les limites de ce gigantisme, puisse qu'elle existe sont perçues sur le plan humain. Le gigantisme d'un navire peut s'avérer être un frein en cas de crise grave dans le navire et les prouesses techniques ne pourront aider les hommes à bord à sécuriser et rassurer les passagers.

La question soulevée ici n'est pas de savoir comment l'*Oasis of the Seas* et l'*Allure of the Seas* de la compagnie Royal Caribbean International et plus gros navires de croisière du monde pouvant transporter plus de 8000 personnes chacun, peuvent encore flotter. La vraie question est de savoir si le personnel de bord est prêt en cas d'avarie, à gérer et à évacuer autant de personnes hystériques sur le moment.

L'histoire nous a montré que la technique n'aide pas l'humain, bien au contraire ; le Titanic, l'insubmersible comme le qualifiait certain, a pour une raison technique vu disparaître 1500 de ses 2000 passagers. Pour rappel, à l'époque, les compagnies de croisières transatlantiques se livraient bataille pour l'obtention du fameux label du « Ruban bleu ». Récompense décernée à la compagnie qui fera le record de traversée Europe - Amérique du Nord, c'est en testant les prouesses techniques de ce navire, construit à cet effet, que le capitaine du navire a percuté un iceberg dans la nuit du 14 avril 1912, tuant ainsi près de trois quarts de ses passagers.

L'homme a toujours été dans une démesure technique, prouvant aux voisins la qualité et le grandiose de ses œuvres. La tour Eiffel, du nom de son ingénieur et concepteur, est une prouesse technique présentée au monde entier lors de l'Exposition universelle de 1889 dont la thématique était : Révolution industrielle. Performance technique qui loin de faire l'unanimité est devenue l'attraction touristique la plus visitée de France. Notons que quelques années plus tôt, c'est un autre français qui fit un cadeau tout aussi monumental aux Américains : la Statue de la Liberté. Cette surenchère d'innovations techniques ne date pas d'aujourd'hui et nous jouissons encore de l'intellect des ingénieurs des siècles passés.

Ces limites du gigantisme et la recherche avare des ingénieurs navals ont été atteintes lors du naufrage du *Costa Concordia* de la compagnie *Costa Croisière*, plus gros navire italien construit, la nuit du 13 janvier 2012 au large des côtes de la Toscane. Le navire, sur une erreur du capitaine, a échoué à proximité de l'île italienne de Giglio avec 3780 passagers à son bord. La gestion des passagers pendant cet accident, dans ce qui était le plus grand paquebot italien jamais construit, a été synonyme de chaos et de désordre. L'assurance des armateurs et du personnel de bord, l'insouciance des passagers ont fait que passagers et personnels de bord ont été livrés à eux-mêmes.

La taille des navires remet en question l'aspect sécuritaire et se heurte aux limites du système. Les navires sont-ils trop grands au regard des populations gérables en cas d'avarie, ou d'épidémie sur le navire ?

Etudier les risques, c'est entrer dans l'angle mort de la croisière vue par les passagers ; c'est mettre en lumière un aspect auquel les compagnies sont attentives, mais sur lequel elles sont rétives à communiquer : les risques de toucher à l'image sont importants, or la bonne ou la mauvaise image se traduisent en nombre de passagers que les importantes campagnes de publicité en faveur de la croisière tentent de convaincre d'embarquer. La réalité des risques influe pour sa part sur le montant des primes de risques à acquitter auprès des compagnies d'assurance, générant alors des surcoûts facturés aux clients, dans un contexte général de baisse de prix des forfaits de voyage (Lescure, 2012).

Même si les navires sont désormais équipés, le risque de naufrage est une réalité et la gestion de cette masse en cas d'avarie doit être reconsidérée au regard des populations transportées et des événements récemment enregistrés.

Les nombreuses images qui ont été diffusées lors du naufrage du *Costa Concordia* de la compagnie *Costa Croisière*, le 13 janvier 2012, montrent des scènes de panique où les passagers livrés à eux-mêmes, ont dû par leurs propres moyens sortir de l'épave du navire.

Depuis le naufrage du Titanic, en 1912, les navires de croisière sont équipés de gilets de sauvetage et de radeaux de sauvetage en quantité suffisante. La seule inconnue en cas d'avarie est la réaction des passagers et leur habilité à comprendre et percevoir les meilleurs moyens de gérer la situation. Une fois que l'accident est survenu, les membres d'équipage, qui suivent des formations en sécurité et sauvetage en mer, se retrouvent à devoir gérer une population de nationalités et de capacité physique différentes.

L'idéal serait qu'il n'y ait pas d'accident, mais dans la mesure où le risque zéro n'existe pas, le mieux serait encore de repenser les navires de croisière. Le gigantisme se heurte à la gestion de l'humain en cas d'accident grave, et soulève un certain nombre d'interrogations quant au seuil de passagers transportés et à la reconstitution des navires. Les accidents rappellent que les infrastructures de navigation restent vulnérables et qu'il est nécessaire des plans de sauvetage et d'évacuation adéquats, ce qui pose un défi supplémentaire au regard des quantités de passagers transportés.

9.3 Le tourisme de croisière : vers une déterritorialisation programmée ?

Cette troisième sous-partie succède à un ensemble qui montre les limites auxquelles se heurte le tourisme de croisière. La déterritorialisation est l'ultime étape de ce constat et impacte l'environnement social et naturel des sociétés qui accueillent les navires de croisière.

Selon le dictionnaire en ligne, la déterritorialisation est le fait de chasser un peuple loin de son territoire (dictionnaire reverso, 2015). Ce concept né de la réflexion de deux philosophes, Deleuze et Guattari en 1972, décrit, dans sa définition première tout processus de décontextualisation d'un ensemble de relations qui permet leur actualisation dans un autre contexte. Autrement, il s'agit d'une décomposition d'un système d'inter relations qui se forme sous une autre configuration ; il s'agit d'un changement d'un système.

Néanmoins, les auteurs n'indiquent pas s'il faut que ledit système atteigne ses limites de fonctionnement pour connaître ce changement radical. S'il s'agit effectivement d'un processus, il faut que le mécanisme atteigne un niveau, une étape qui le conduit à sa déterritorialisation.

Sur le site de Geoconfluences (2013), les auteurs apportent une autre dimension à la définition, en indiquant que la déterritorialisation est l'affaiblissement des identités territoriales à l'heure de la globalisation ; l'activité de croisière est un microcosme global (Wood, 2005).

D'abord, pour Wood (2005), il est nécessaire de distinguer le processus de globalisation du projet de globalisation. En tant que processus, il s'agit d'une ouverture sur le monde et de la réduction du temps et donc de l'espace. Internet par exemple est dans le processus de globalisation puisque qu'il permet de savoir en tant réel les événements mondiaux sans soucis de temps ni de distance. Le projet de globalisation quant à lui, est un phénomène d'introversio, le résultat de petits groupes qui agissent pour et dans leurs propres intérêts, sans réellement se soucier des répercussions sur le monde.

A Wood de rajouter que la globalisation, qui en français se traduit par mondialisation, qui est censée étendre et renforcer les interconnexions entre les lieux, peut s'avérer être un élément qui modifie les lieux eux-mêmes.

Quoi qu'il en soit, nous rejoignons l'idée de Wood (2005) qui indique que le processus de globalisation est la déterritorialisation et le projet du néolibéralisme, et que s'il y a bien une activité qui pratique la déterritorialisation en ayant une vision néolibérale des choses, c'est le tourisme de croisière.

Quand il s'agit de croisière, la déterritorialisation se définit à plusieurs niveaux ; d'abord dans le concept lui-même, des compagnies américaines ou européennes affectent des navires, battant pavillon pour d'autres pays, pour des circuits de croisière à travers toutes les zones maritimes du globe, avec à bord un personnel de différente nationalité. Le business de la croisière n'a pas de territoire, aucune attache, aucune zone de référence, ce sont d'énormes morceaux de capitaux flottants (Wood, 2005).

Ensuite, ces capitaux mobiles sont capables de se repositionner à n'importe quel moment quelle qu'en soit la raison, mauvais temps ou instabilité politique. En novembre 2011, les mauvaises conditions météorologiques ont forcé l'*Adventure of the Seas* de la compagnie *Royal Caribbean International* à changer deux de ses escales, la première à la Seyne-sur-Mer au lieu d'Ajaccio initialement prévue, et l'autre à Palma de Majorque au lieu du port Corse. De même que en septembre 2011, toujours à cause de mauvaises conditions météorologiques, le *Norwegian Epic* de la *Norwegian Cruise Line*, l'*Oasis of the Seas* de la *Royal Caribbean International* et le *Carnival dream* de la *Carnival Cruise Line* ont été dérouté en même temps sur l'escale de Sint Maarten. L'île a dû s'organiser pour accueillir plus de 13 000 passagers.

En février 2011, c'est l'instabilité politique en Egypte et en Tunisie qui a poussé la compagnie italienne *Costa Croisière*, à modifier ses circuits et annuler toutes les escales sur ces deux territoires. Le *Costa Allera* et le *Costa Marina* ont finalement fait escale à Male, en Grèce et en Jordanie.

Le séisme de janvier 2010 en Haïti, qui a fait plus de 300 000 morts n'a rien changé aux escales des navires de la compagnie *Royal Caribbean International* sur sa partie privée de l'île Labadie.

Comme le souligne Douglas en 2004, la véritable destination est le navire de croisière, pas le port d'escale et c'est ce fait qui, en outre, réduit l'importance que l'on pourrait donner au territoire. La déterritorialisation est aussi le fait que les compagnies de croisière s'approprient leurs propres territoires de croisière alors que les îles, les destinations s'investissent pour attirer ces navires de croisière. La construction de port privé, la location de partie de territoire ou l'achat d'île privée sont les phases ultimes de cette déterritorialisation. La destination, son physique, ses contours géographiques sont vendus par les compagnies ; le bleu de la mer, les plages de sable blanc, l'ensoleillement qui semble être permanent, tout cela fait partie du package final et les compagnies ne peuvent s'en défaire surtout quand on vend une destination comme la Caraïbe.

Cependant, les réalités sociales et économiques n'ont aucune importance, les entreprises à l'échelle mondiale délocalisent parce que la main d'œuvre est moins chère, que les coûts de

fabrication sont moindres ou encore que les taxes et les impôts sont moins importants. Dans le cas de la croisière, cette considération territoriale n'existe pas, le personnel est payé pareil qu'il travaille sur le navire ou sur l'île privée de la compagnie, il n'est pas question dans ce cas de faire appel à la main d'œuvre localement.

Ainsi, la déterritorialisation n'est pas un frein à l'activité de croisière elle-même, mais certainement au développement des territoires qui accueillent les escales de croisière.

Conclusion

Le navire de croisière est conçu en fonction d'un type d'usagers, il est donc en adéquation avec les clientèles qu'il transporte et induit les limites au développement du secteur. Son gigantisme, qui implique qu'il peut transporter davantage de passagers, mais aussi contenir davantage d'équipements de divertissement, conduit à une forme d'introversion des compagnies de croisière. Elles se focalisent sur le navire de croisière qui devient la destination, au détriment des territoires d'accueil, ce gigantisme exacerbé conduit à une forme de déterritorialisation dont les premières lignes réduisent le nombre d'escales dans un circuit. Ensuite, c'est encore et toujours le gigantisme qui fait courir des risques à la fois aux populations à bord et celle à destination. La gestion du passager en cas d'avarie devient rapidement problématique, au regard de ce qui s'est passé lors du naufrage du Concordia de la compagnie Costa en 2012, et la réalité des territoires n'existe pas, suite au comportement de la compagnie Royal Caribbean International lors du tremblement de terre de janvier 2010 en Haïti.

Les préoccupations de Klein, au regard de l'intensité et de l'intensification de l'activité de croisière dans quelques zones du bassin caribéen, soulèvent l'épineuse question de la gestion des déchets produits à bord par les compagnies de croisière. L'inquiétude se porte sur le fait qu'aucune obligation n'est appliquée aux compagnies de croisière quant à la gestion de leurs déchets, qui touche une sphère plus large et plus complexe du marché, à savoir les pavillons de complaisance.

Enfin, la déterritorialisation vient modifier les contours du système qui lie les compagnies de croisière aux territoires d'accueil. Il s'agit essentiellement de la reconversion des compagnies de croisière qui se concentre davantage sur quelques îles dans le bassin caribéen, mais aussi vers d'autres territoires maritimes tels que la Méditerranée ou encore les rivages de la mer de Chine.

Conclusion de la partie III

Loin d'une image exclusive d'un gigantisme associé à des pratiques massives, le produit croisière se recompose, se déploie sélectivement à travers l'espace en diversifiant les segments de clientèles ciblées. Cette jeune industrie est un secteur en plein essor. Elle participe à la définition des nouveaux contours de notre œkoumène touristique en ces temps d'instabilités politique et économique. Sécurité, plaisir et altérité maîtrisée restent les maîtres mots de la réussite de la croisière et au-delà du tourisme international.

Le paquebot est devenu un véritable « village *resort* flottant » qui voyage au milieu d'un paysage de cartes postales où les escales proposées sont secondaires. Les retours d'expériences dans la Caraïbe mettent en évidence les logiques économiques et commerciales de l'industrie de la croisière qui échappent aux territoires d'accueil (Klein, 2006 ; Petit-Charles *et al.*, 2010, 2012) dans l'incapacité de négocier des conditions économiques susceptibles de soutenir leur développement.

La croisière de masse participe à une saturation du lieu – avec une multiplication de nuisances en période de pointe –, à une dégradation environnementale en terme écologique, mais aussi de qualité de vie qui conduit à une dépréciation de la destination et, subséquemment, à sa paupérisation – dévalorisation de l'offre, banalisation des produits...

L'industrie de la compagnie de croisière construit et oriente l'offre. Elle jauge les flux des croisiéristes potentiels – ses clients, les consommateurs — selon la possibilité de maximisation ses profits en fonction desquels elle considère les « qualités » et les degrés d'attractivité des territoires d'accueil – l'industrie de la croisière n'est pas une entreprise de bienfaisance au service du développement des territoires.

Conclusion générale

A l'origine de cette démarche, la question de la construction et du développement du tourisme de croisière dans la Caraïbe.

La première partie, qui explique la mise en tourisme d'un lieu et remonte aux prémices du tourisme de croisière, permet de comprendre comment et pourquoi le champ d'étude premier est la Caraïbe. Il constitue le terrain d'étude privilégié par sa position emblématique, berceau du tourisme de croisière moderne, et facilite son approche par sa position géographique.

La constitution de la Caraïbe, comme espace symbolique de la croisière s'explique par une multitude de faits historiques et d'avancées technologiques, qui même si ne concernent pas directement le secteur, l'ont impacté durablement. En moins d'un siècle, la conjointe évolution des modes et des moyens d'être touristes et la focalisation d'un secteur largement concurrencé par le développement de l'aviation civile, ont conduit au développement d'un tourisme de croisière qui s'est ensuite étendu et généralisé à l'ensemble des territoires marins de la planète. Ceci étant aussi dû à la rapide émergence de compagnies de croisière, qui fort de valoriser leur activité, ont acquis toujours plus d'unités navigantes sur une période courte qui correspond à la décennie 1990. Ceci a occasionné dans le même temps, l'entrée sur le marché du tourisme de croisière, de territoires jusque-là inconnus dans ce cadre spécifique, et pousser ceux qui s'y étaient déjà engagés, à construire, aménager et perfectionner leur territoire pour le développement de cette seule activité.

Jusque-là, territoires d'accueil et compagnies de croisière s'accordaient et se confortaient chacun dans leur rôle : d'un côté, la réception des navires et des clientèles à bord, leur acheminement et l'offre de services sous forme d'excursions organisées sur le territoire. De l'autre, l'intégration par les compagnies de croisière, des territoires d'accueil dans les circuits.

L'étude également se penche sur l'inversement des rôles, ou du moins, sur l'évolution des navires de croisière, dans leur conception, et à ses répercussions sur le système tel qu'il a été conçu. L'analyse vise à comprendre le concept et la perception de chacun des investisseurs : territoires d'accueil et compagnies de croisière, en liens croisés avec toutes les répercussions sur les aspects généraux de l'activité.

Notre approche, organisée en trois temps et qui correspond aux trois parties structurantes de notre travail, tente de façon méthodique de répondre à ce questionnement. Elle se place à différentes échelles spatiales et organisationnelles du secteur de la croisière, des ports-base,

des ports d'escale et des territoires qui accueillent les escales de croisière et se focalisent essentiellement sur ceux qui enregistrent les flux les plus importants en terme de passagers. Ainsi la région de Miami pour les ports-base, les structures portuaires telles que celle de Sint Maarten, des îles vierges américaines et l'organisation territoriale des îles privées des Bahamas et de Cozumel plus particulièrement sont mis en avant, même si l'étude se veut être la plus large possible et considère en grande majorité les îles baignées de la mer des Caraïbes.

Les ports-base, principalement localisés sur les côtes Atlantique et du golfe du Mexique des Etats-Unis, sont des structures complexes dans le sens où ils doivent faire profiter les compagnies de croisière de conditions optimums à l'accueil et l'hébergement des navires, et dans le même temps gérer l'accueil des clientèles au départ et/ou au retour d'une croisière. Pour que cette période transitoire se déroule dans les meilleures conditions, à la fois pour les compagnies de croisière, que pour les clientèles et les territoires hébergeant les ports-base eux-mêmes, ces derniers doivent bénéficier et faire bénéficier les clients de structures routières, aéroportuaires ou ferroviaires de bonne qualité et bien organisées, de sorte à faciliter l'arrivée des clients, et des infrastructures d'hébergement en quantité suffisante.

A ce titre, le port-base fait office d'exemple, d'une part parce qu'il s'agit historiquement du premier port-base desservant des croisières dans la Caraïbe, avec les premiers circuits du *Norwegian Spirit* de la *Norwegian Caribbean Line* (devenue *Norwegian Cruise Line*), de Miami vers Nassau en 1972, et d'autre part par les flux de passagers qu'il enregistre faisant de lui le plus grand port-base à l'échelle mondiale. Ce sont ces deux éléments qui permettent d'établir une hiérarchisation de ces ports-base qui desservent la Caraïbe.

Les ports d'escale sont eux aussi soumis à une hiérarchisation, selon les flux qu'ils engagent d'une part, mais aussi sur leur rapport à l'exclusivité territoriale sur la base de l'enclavement énoncée par George Cazes. Les ports d'escale sont alors organisés soit par les territoires d'accueil, soit par les compagnies de croisière, et ceci à une incidence directe sur les flux de croisiéristes. On distingue alors trois niveaux de construction, de la simple escale portuaire, à l'aménagement plus complexe des îles privées en passant par une zone « intermédiaire » d'enclave portuaire.

L'étude des modèles territoriaux élaborés au cours de cette étude s'efforce de saisir l'évolution du tourisme de croisière dans la Caraïbe à travers les éléments constitutifs du marché et leur développement, leurs interactions et leur place sur le marché de la croisière. La combinaison

de l'introversion économique et de l'autonomisation des compagnies de croisière face à l'expansion et au développement de l'activité intra territoriaux, nous ont conduit à apporter des éléments de réponse quant à l'avenir de l'activité dans la Caraïbe. Les configurations spatiales et les limites qu'imposent les compagnies de croisière dans leur stratégie globale sont des éléments explicatifs qui conduisent à la fois aux références de la globalisation du marché de la croisière et de la déterritorialisation des espaces d'ailleurs et donc de leur pouvoir décisionnel dans l'ensemble du secteur ; ceci permet dans un deuxième temps de saisir les dynamiques à venir.

La déterritorialisation vise en son sens premier, à effacer les contours des territoires et de ce fait à en réduire le pouvoir décisionnel ; dans le cadre du tourisme de croisière, il s'agit pour les compagnies de croisière de se désengager progressivement des territoires d'accueil, en se procurant des îles privées notamment.

La première réponse des états concernés par la croisière serait de travailler ensemble et former des alliances régionales. C'est déjà le cas avec des alliances économiques telles que l'Union européenne (EU) ou des Accords de Libre Echange nord-américain (ALENA), ou encore de l'Organisation des Etats de la Caraïbe de l'Est (OECE). Mais aucune d'entre elles n'a mis le tourisme, et particulièrement le tourisme de croisière au cœur du marché intra régional. L'Association des Nations du Sud-est asiatique (ANSEA), communauté économique asiatique qui compte en son sein une dizaine d'états, a instauré depuis le début des années 2000, une section spécifique au tourisme de croisière afin de promouvoir la région et travailler conjointement avec les compagnies aériennes et les compagnies de croisière.

Ainsi il n'y a pas d'intermédiaire entre les compagnies de croisière et les territoires membres, l'ANSEA organise les circuits de croisière dans les territoires du Sud et du Sud-est asiatique conformément aux demandes des compagnies de croisière. Le port de Singapour est développé pour permettre l'accueil des navires et fait office de port-base principal dans la région. L'ANSEA contrôle l'ensemble des domaines inhérents à l'environnement, l'emploi, le développement économique, l'éducation et la sécurité, tout ce qui a une influence sur le secteur du tourisme et de la croisière.

Cependant, l'alternative reconversion de l'activité, qui a pour ligne de mire la protection de l'environnement, ne semble pas pour l'instant trouver d'écho. Même si les compagnies de croisière affichent clairement leur ambition de respecter au mieux les milieux marins dans lesquels leurs navires naviguent, les restrictions en terme de rejets des eaux usées ne sont valables que pour les eaux territoriales, c'est-à-dire celles qui sont à environ 5 kilomètres des

côtes, au-delà les navires sont en eaux internationales et sont donc sous la gouvernance de leur pavillon d'origine, c'est-à-dire le pays d'immatriculation des bateaux.

Seulement le FOC (*Flag of Convenience*, ou pavillon de complaisance), qui impose certaines limites à l'application des conditions de sécurité en mer, des conditions de travail et surtout des normes environnementales, est un véritable vecteur de la dérégulation des systèmes de protections environnementales territoriales. Les compagnies de croisière ont le libre choix de faire immatriculer leurs navires dans un pays autre que leur pays d'origine, et ainsi bénéficier d'une minimisation des contraintes en matière de fiscalité. Deux pavillons sont largement représentés pour l'immatriculation des navires affectés dans la Caraïbe : le Panama et les Bahamas.

Ainsi, les territoires accueillant les escales de croisière dans la Caraïbe, n'ont semblent-il plus la main mise sur l'activité dans la région. La région du Sud et Sud-est de l'Asie paraissent avoir trouvé un début de réponse quant à la gestion de leurs territoires et le maintien du contrôle de l'activité par les nations concernées.

Par contre, les préoccupations environnementales sont dans l'impasse malgré les conventions internationales qui régissent les systèmes. En définitive, les compagnies de croisière ont investi la Caraïbe et sont désormais libres d'y rythmer l'activité entre territoires volontaires et espaces privés.

Bibliographie

Approches générales sur le tourisme

- BOYER, M. (1996). *L'invention du tourisme*, Gallimard-Découvertes
- BOYER, M. (2007). *Le tourisme de masse*, L'Harmattan.
- BUTLER, R. W., (1980), « The Concept of a Tourist Area of Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources », *Canadian Geographer*, vol.19, n°1, pp. 5-12.
- BOURBONNAIS, R., (2006), *Econométrie*, Paris : Dunod, 344 pages.
- DEPREST, F. (1997), *Enquêtes sur le tourisme de masse. L'écologie face au territoire*, Paris : Belin, Coll. Mappemonde, 207 pages.
- CHAUVEL, L., « Le renouveau d'une société de classes », dans P. Bouffartigue (dir.), *Le Retour des classes sociales*, Paris : La Dispute, 2004, pp. 62-65.
- CUVELIER, P., (1999), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme : une approche socio-économique*, Paris : L'Harmattan, Coll. Tourismes et Sociétés, 256 pages.
- DEWAILLY, J.M., (2006), *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos ?*, Paris : L'Harmattan, 222 pages.
- Equipe MIT, (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris : Belin, 320 pages
- Equipe MIT, (2002), *Tourismes 2. Moment de lieux*, Paris : Belin, 349 pages
- JAFARI, J., (2003), *Encyclopedia of tourism*, New York Routledge 720 pages.

- PAPATHEODOROU, A., (2001), « Why People Travel to Different Places », *Annals of Tourism Research*, vol.28, pp. 164-179.
- PATTULO, P. (1996), *Last resorts: the cost of tourism in the Caribbean*, Londres : Castell, 220 pages.
- URBAIN, J.D., (1991), *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*. Paris : Plon, 274 pages.
- STOCK, M., et KNAFOU, R., (2003), *Tourisme* in LEVY, J., et LUSSAULT M., Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, pp. 931-934
- VELLAS, F., (2002), *Economie et politique du tourisme international*, Paris : Economica, 336 pages.

Références bibliographiques sur la croisière

Aspects généraux

- BANNERMAN, G., (1976), *Cruise ships : The inside story*, Sidney : Brook House pub.
- DICKINSON, B., VLADIMIR, A., (2008), *Selling the sea: an inside look at the cruise industry*, Londres : Wiley, 352 pages.
- DOUGLAS, N., DOUGLAS, N., (2004) *The cruise experience: Global and regional issues in cruising*, New South Wales : Pearson Education Australia, 224 pages.
- DOWLING, R.K., (2006), *Cruise ship tourism*, Wallingford : Cabi international, 480 pages.
- DOWLING, R.K., et VASUDAVAN, T. (2000), Cruising int the new millenium, *Tourism recreation research* 25(3), 17-27.
- GRENIER, A. (2008), « Le tourisme de croisière », *Teoros*, vol.27, n°2, pp. 36-48.

- HALL, J. A., BRAITHWAITE, R., (1990), « Caribbean Cruise Tourism: A Business of Transnational Partnerships », *Tourism Management*, vol.11, n°4, pp. 339-347.
- JACOB, J.-C., (2009), *Croisières maritimes*, Tourisme de A à Z - Direction du Tourisme, Veille Info tourisme, 4 pages, [en ligne], disponible sur http://test.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHER=1333691711447
- KLEIN, R. A., (2008). *Paradise Lost at Sea: Rethinking Cruise Vacations*, Halifax, Fernwood Publishing.
- Mc CALLA, R. et CHALIER, J., (2006), Round the world cruising : a geography created by geography Y, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 206-222
- PAPATHEODOROU, A., (2006), *The cruise industry : an industrial organization perspective* In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 31-40
- PERUCIC, D. (2007). “*The impact of globalization on supply and demand in the cruise industry*”, *Tourism and Hospitality Management*, 13 (3): 665-680.
- TOOMAN, A. L., (1997), « Applications of the life cycle model in tourism », *Annals of Tourism Research*, vol.24, n°1, pp. 214-234.
- WARD, D., (2010), *Complete guide to cruising and cruise ships*, Londres : Berlitz publishing, 688 pages.
- WOOD, R., (2000), « Caribbean cruise tourism: globalization at sea », *Annals of tourism research*, vol.27, n°2, pp. 345-370.

- ASSOCIATION OF MEDITERANNEAN CRUISE PORTS, (2013), *Cruise activities in medcruise ports*, Medcruise association, Piraeus, Greece, 68 pages.
- CRUISE LINE INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2012), *CLIA industry update*, Washington DC, 25 pages
- DEHOORNE, O., PETIT-CHARLES, N., (2011), «Tourisme de croisière et industrie de la croisière», *Etudes Caribéennes*, vol.13-14, [en ligne], disponible sur : <http://etudescaribeennes.revues.org/5623>.
- DEHOORNE, O., MURAT, C., PETIT-CHARLES, N., (2011), «Le tourisme de croisière dans l'espace caribéen : évolutions récentes et enjeux de développement», *Etudes Caribéennes*, vol.13-14, [en ligne], disponible sur : <https://etudescaribeennes.revues.org/3843>.
- DEHOORNE, O., MURAT, C., PETIT-CHARLES, N., (2008), «The Cruise Tourism in The Caribbean Space: Spatial Rationale and Development Rationale», *GeoJournal of Tourism and Geosites*, vol.2, n°2, pp. 96-105.
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2007), *Economic contribution of cruise tourism in Mexico. A survey-based analysis of the impacts of passenger, crew, and cruise line spending*, Volume I Impact analysis, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 110 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/Mexico-Cruise-Analysis.pdf>
- FOURNIER, C. (2011). «Le tourisme de croisières en Méditerranée», *Géocofluences*, URL,<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/TourScient6.htm> .
- HALL, J. & R. BRAITHWAITE (1990). «Carribean Cruise Tourism - A Business of Transnational Partnership», *Tourism Management*: 339-347.
- KLEIN, R.A. (2005). *Cruise Ship Squeeze: The New Pirates of the Seven Seas, Gabriola Island*, BC, New Society Publishers.

- LESCURE, J-C. (2009). « La croisière en Méditerranée », In Duhamel, P., P. Vliolier, *Tourisme et littoral : un enjeu du monde*, Paris, Belin.

- LOGOSSAH, K., BRESSON, G., (2011), « Crowding-out effects of Cruise Tourism on Stay-over Tourism in the Caribbean: Non-parametric Panel Data Evidence », *Tourism Economics*, vol.17, n°1, pp. 127-158.

- LOGOSSAH, K., (2007), « L'industrie de la croisière dans la Caraïbe : facteur de développement ou pâle reflet de la globalisation ? », *Teoros*, vol.26, n°1, pp. 25-33.

- LUNDGREN, J. (2006), *Spatial and evolutionary characteristics of Baltic sea cruising : a historic geographical overview*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 131-144

- MARTI, B. (1990). *Geography and the Cruise Ship Port Selection Process*, *Maritime Policy and Management*, 17 (3): 157-164.
DOI : 10.1080/030888390000000023

- MARTINEZ, I. (2011), " *Organización espacial del turismo de cruceros en México*", *Etudes Caribéennes*, vol.13-14, [en ligne], disponible sur : <http://etudescaribeennes.revues.org/5077>

- MESCON, T. & G. VOZIKIS (1985). "The Economic Impact of the Tourism at the Port of Miami", *Annals of Tourism Research*, 12: 515-528.
DOI : 10.1016/0160-7383(85)90075-1

- MILLER, A.R., et GRAZER, W.E. (2006), *Cruising and the north American market*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 74-85

- MUNRO, J. et GILL, W. (2006), *The Alaska cruise industry*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 145-159

- PETRICK, J.F., R. LI & S.Y. PARK (2007). "Cruise Passengers' Decision-making Process", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23 (1): 1-14.
- PULSHIPER L.M., et HOLDERFIELD, L.C., (2006), *Cruise tourism in eastern Caribbean : an anachronism in the port colonial era*, In: Dowling, Ross K., ed. Cruise tourism: issues, impacts, cases. CABI publishing, Wallingford., pp. 299-314
- RINGER, G. (2006), *Cruising to the north Alaska : the new gold rush*, In: Dowling, Ross K., ed. Cruise tourism: issues, impacts, cases. CABI publishing, Wallingford., pp. 270-279
- SEIDL, A., GUILLANO, F., PRATT, L., (2007), « Cruising for Colonies: Cruise Tourism Economics in Costa Rica », *Tourism Economics*, vol.13,
- SEIDL, A., GUILLANO, F., PRATT, L., (2006), « Cruise Tourism and Community Economic Development in Central America and the Caribbean: The Case of Costa Rica », *Pasos Online*, vol.4, n°2, pp. 213-224.
- SHOWLER, K., BRENNAN, M., (2008), *Caribbean ports of call, Eastern and Southern Caribbean regions, 7th: A Guide for Today's Cruise Passengers*, Globe Pequot Press Travel, 432 pages.
- SORENSEN, H., (2006), *Cozumel : The challenges of cruise tourism*, In: Dowling, Ross K., ed. Cruise tourism: issues, impacts, cases. CABI publishing, Wallingford., pp. 350-362
- VAN BROECK, A.M., DIERCKX, G., (2011), " Activities of cruise ship employees in Cozumel Mexico", *Etudes Caribéennes*, vol.13-14, [en ligne], disponible sur : <http://etudescaribeennes.revues.org/5077>
- WEEDEN, C., et LESTER, J.-A., (2006) *Ways of seeing the Caribbean cruise product: a British perspective* In: Dowling, Ross K., ed. Cruise tourism: issues, impacts, cases. CABI publishing, Wallingford.

- WILKINSON, P-F., (1999), « Caribbean cruise tourism : Delusion ? Illusion ? », *Tourism Geographies*, vol.1, n°3, pp. 261-282.

Dimension économique

- BRAUN, B.M., et TRAMELL, F., (2006), *The sources and magnitude of the economic impact and local economy from cruise activities : evidence from Port Canaveral, Florida*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 280-289
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2013), *The cruise industry, contribution of cruise tourism to the economies of Europe, CLIA cruise market overview*, Washington DC, 32 pages
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2013), *The global economic contribution of cruise tourism*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 28 pages, [en ligne], disponible sur http://www.cruising.org/docs/default-source/research/global_cruise_impact_analysis_2013.pdf?sfvrsn=2
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2013), *The contribution of the north American cruise industry to the U.S economy*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 108 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.cruising.org/docs/default-source/research/us-economic-impact-study-2013.pdf?sfvrsn=2>
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2011), *The overview, CLIA cruise market overview*, Washington DC, 21 pages
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2010), *The overview, CLIA cruise market overview*, Washington DC, 22 pages
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2009), *The contribution of the north American cruise industry to the U.S economy*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 111 pages.

- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2008), *The contribution of cruise tourism to the economies of Europe*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 17 pages.
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2008), *The contribution of the north American cruise industry to the U.S economy*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 114 pages.
- DWYER, L. & P. FORSYTH (1998). “Economic Significance of Cruise Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 25 (2): 393-415. DOI : 10.1016/S0160-7383(97)00098-4
- ECONOMIC COMMISSION FOR LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN, (2005), *Issues and Challenges in Caribbean Cruise Ship Tourism*, LC/CAR/L.75.
- FEDERAL TRADE COMMISSION, (2002), *Statement of the federal trade commission concerning Royal Caribbean Cruises ltd/P&O Princess Cruises plc and Carnival Corporation/P&O Princess Cruises plc*, [en ligne], disponible sur <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2002/10/cruisestatement.htm>
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2012), *Economic contribution of cruise tourism to the destination economies. A survey-based analysis of the impacts of passenger, crew, and cruise line spending*, Volume I Aggregate analysis, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 81 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/2012-Cruise-Analysis-vol-1.pdf>
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2012), *Economic contribution of cruise tourism to the destination economies. A survey-based analysis of the impacts of passenger, crew, and cruise line spending*, Volume II Destination reports, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 194 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/2012-Cruise-Analysis-vol-2.pdf>
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2009), *Economic contribution of cruise tourism to the destination economies. A survey-based analysis of the impacts of passenger, crew, and cruise line spending*, Volume I & II Destination reports,

Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 309 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/2009-FCCA-Cruise-Analysis-Vol-I-and-2.pdf>

- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2006), *Economic contribution of cruise tourism on the Caribbean economy. A survey-based analysis of the impacts of passenger, crew, and cruise line spending*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 177 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/2006-Caribbean-Cruise-Analysis.pdf>
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2001), *Economic contribution of the FCCA members mines on the Caribbean and Florida*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 9 pages, [en ligne], disponible sur <http://www.f-cca.com/downloads/exsummary.pdf>
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2001), *Cruise industry's economic impact on the Caribbean*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 9 pages, [en ligne], disponible sur http://www.f-cca.com/downloads/carib_impact.pdf
- FLORIDA CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION, (2001), *Contribution of the north America cruise industry to the Florida economy*, Business Research & Economic Advisors (BREA), Exton, PA, 22 pages, [en ligne], disponible sur http://www.f-cca.com/downloads/Fla_Economic.pdf
- KLEIN, R. A., (2006), « Turning water into money: the economics of the cruise industry in cruise ship tourism », dans R. K. Dowling, (2006), *Cruise ship tourism*, Wallingford : Cabi international, pp. 261-269.
- PENINGTON-GRAY, L., (2006), *Florida's day cruise industry : a significant contributor to Florida's economy*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford. pp. 290-298

- PETIT CHARLES, N. & MARQUES, B. (2012). "Determining factors for the distribution of cruise tourism across the Caribbean", *Tourism Economics*, 18 (5): 1051-1067. DOI : 10.5367/te.2012.0154
- WEAVER, A., (2005). « Spaces of Containment and Revenue Capture : ‘Super-Sized’ Cruise Ships as Mobile Tourism Enclaves », *Tourism Geographies*, vol.7, n°2, pp. 165-184.
- WOOD, R.E. (2006), *Cruise tourism : a paradigmatic case of globalization*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 397-406

Dimension sociale

- DINNERSTEIN, L., NICHOLS, R.L., RHEIMERS, D. M., (1979), *Natives and Strangers : ethnic groups and the building of America*, New York : Oxford University Press, 333 pages.
- DOUGLAS, M., DOUGLAS, M., (1999), « Cruise passenger behavior: a competitive study », *Journal of Tourism Studies*, vol.7, n°2, pp.
- JAAKSON, R., (2004), « Beyond the tourist bubble? Cruise ship passengers in port », *Annals of Tourism Research*, vol.31, n°1, pp. 44-60.
- TEYE, V.B., LECLERC, D., (1998), « Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers », *Tourism Management*, vol.19, n°2, pp 153-160.
- THIMOTY, D.J. (2006), *Cruises, supranationalism and border complexities*, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 407-413
- WEAVER, A. (2006). *The Disneyisation of Cruise Travel*, in R.K. Dowling (ed.), *Cruise ship tourism*, 389-396.

- WEAVER, A., (2004), « The Mc Donalozation thesis and cruise tourism », *Annals of Tourism Research*, vol.32, n°2, pp. 346-366.
- WOOD, R., (2004), « Cruise Ships : Deterritorialized Destinations », dans L. Lumdon & S.J. Page (eds.), *Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millenium*, Amsterdam : Elsevier, pp. 133-145.

Dimension environnementale et sanitaire

- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2008), *Cruise ship safety : examining potential steps for keeping Americans safe at sea*, CLIA, Fort Lauderdale, FL, 21 pages.
- DOBSON, S., et GILL, A., (2006) Environmental policy challenges for the cruise industry : case studies from Australia and the USA, In: Dowling, Ross K., ed. *Cruise tourism: issues, impacts, cases*. CABI publishing, Wallingford., pp. 338-349
- KLEIN, R. A. (2010). "The Cruise Sector and Its Environmental Impact," in C. Schott (ed.), *Tourism and the Implications of Climate Change: Issues and Actions*, Bingley, UK, Emerald : 113-130.
DOI : 10.1108/S2042-1443(2010)0000003009
- KLEIN, R.A. (2011). "Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability", Special Issue on Cruise Tourism: Emerging Issues and Implications for a Maturing Industry, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18:103-112.
- LESTER, J., WEEDEN, C., (2004), « Stakeholders, the natural environment and the future of Caribbean cruise tourism », *International Journal of Tourism Research*, vol.6, pp. 39-50.
- RITTER, W., SCHAFFER, C., (1998), « Cruise tourism: a chance of sustainability », *Tourism Recreation Research*, vol.10, n°2, pp. 164-188.

- SMITH, S. (1988). "Cruise Ships: A Serious Threat to Coral Reefs and Associated Organisms", *Ocean & Shoreline Management*, 11: 231-248. DOI : 10.1016/0951-8312(88)90021-5
- SWEETING, J.E.N., et WAYNE, S.L. (2006), *A shifting tide : environmental challenges and cruise industry responses*, In: Dowling, Ross K., ed. Cruise tourism: issues, impacts, cases. CABI publishing, Wallingford., pp. 327-337
- UNITED STATES ENVIRONMENTAL PROTECTION AGENCY, (2008), *Cruise ship discharge assessment report*, office of water, Washington DC, 162 pages, [en ligne], disponible sur <http://water.epa.gov/type/oceb/upload/0812cruiseshipdischargeassess.pdf>.
- THE CENTER FOR ENVIRONMENTAL LEADERSHIP IN BUSINESS, (2010), *A shifting tide, environmental challenges and cruise industry responses*, Washington DC, 28 pages.

Autres références bibliographiques

- GIRVAN N. (2005). « Reinterpreting the Caribbean » dans D. Pantin (Ed.), *The Caribbean Economy: A Reader*, Kingston : Ian Randle Publisher, pp. 304-318.
- KEMPADOO, K. (2004), *Sexing the Caribbean, gender, race and sexual labor*. Routledge, 288 pages.
- LANCASTER, K., (1971), *Consumer Demand: A New Approach*, New-York : Columbia University Press, 177 pages.
- LE GOFF, O. (1998), *Les plus beaux paquebots du monde*, Paris : Solar, pp. 72-73.
- MANCINI, M. (2004). *Cruising: A guide to the Cruise Line Industry*, Thomson Delmar Learning.
- OLLIVIER, F., (2005), *"Normandie" : un chef d'œuvre français (1935-1942)*, Douarnenez : Chasse-marée, 191 pages.

- PAULET, D. et PRESLES, D. (199) *Architecture navale, connaissance et pratique*, Paris : Editions de la Vilette, 421 pages.
- PLOG, S. C., (1973), « Why destination areas rise and fall in popularity », *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol.14, pp. 55-58.
- RITZER, G., (1998), *The McDonaldization thesis: Explorations and extensions*, Londres : Sage, 224 pages.
- SHAW, B., SHAW, G., (1999), « Sun, Sand, and Sales': Enclave Tourism and Local Entrepreneurship in Indonesia », *Current Issues in Tourism*, vol.2, n°1, pp. 68–81.
- SHELLER, M., (2003), *Consuming the Caribbean*, Routledge, 264 pages.
- ST JOHN THOMAS, D., (1990), *The Cunard book of cruising*, Devon : David & Charles PLC, 161 pages.
- TAKMAKLI, F. (2008), *Modern cruise ships from 1931 to 2008*, Bloomington : Xlibris corporation, 104 pages.

Les références Internet :

www.unwto.org/fr : Organisation mondiale du tourisme

www.onecaribbean.org : Organisation caribéenne du tourisme

www.f-cca.com : Florida Caribbean Cruise Association (FCCA)

www.cruising.org : Cruise Line International Association (CLIA)

www.europeancruisecouncil.com : European Cruise Council (ECC)

www.sea-trade.com/asiacruiseassociation : Asia cruise association (ACA)

www.royalcaribbean.com : Royal Caribbean internationale

www.carnival.com : Carnival Cruise Line

www.princess.com : Princess Cruise Line

www.msccroisiere.com : MSC Croisière

www.hollandamerica.com : Holland America

www.celebritycruises.com : Celebrity X cruise

www.costacroisiere.fr : Costa croisière

www.cunard.com : Cunard Line

www.disneycruise.disne.go.com : Disney Cruise Line

www.ncl.com : Norwegian Cruise Line

www.rssc.com : Regent Seven Seas cruise

www.reffgis.reefbase.org,

www.cruise critic.com, consultation durant le travail de recherche.

www.cruisebusinessreview.com, consultation durant le travail de recherche

www.worldcruise-network.com, consultation durant le travail de recherche

www.the-cruise-authority-.com/ports/

www.floridamaritimealliance.com (FAMO)

www.marad.dot.gov, maritime administration

www.nwcruiseship.org north waest cruise ship association

www.eturbonews.com, global travel industry news

www.cruiselawnews.com, droits des passagers

<http://water.epa.gov/polwaste/vwd/wastewaterfactsheet.cfm>

<http://www.miamidade.gov/>

<http://datatur.sectur.gob.mx/>

Table des illustrations

Table des figures

Figure 1- Structure, acteurs et interrelations de l'activité de croisière.	11
Figure 2- L'invention de distinction (Boyer, 1995) et l'imitation dans le tourisme (Boyer, 1999) : la pyramide de Boyer	26
Figure 3- La pyramide de Maslow.....	28
Figure 4- Le cycle de vie de la destination : la courbe de Butler	33
Figure 5- Evolution du tourisme de croisière dans la Caraïbe de 1990 à 2010	35
Figure 6- Rythme d'évolution et mode de consommation du produit touristique.....	40
Figure 7- Brochure de la compagnie Cunard pour le service de son navire transatlantique l' <i>Aquitania</i>	49
Figure 8- Une du New York Times au lendemain du naufrage du Titanic.....	54
Figure 9- Quelques éléments relatifs aux productions cinématographiques faisant suites au naufrage du Titanic en avril 1912.....	55
Figure 10- Part de la clientèle nord-américaine dans les flux de croisière dans la Caraïbe de 1990 à 2013.....	78
Figure 11- Flux de croisière selon les destinations dans la Caraïbe en 1995.	79
Figure 12- Les flux de croisiéristes et les capacités d'accueil dans la Caraïbe de 1990 à 2010.....	80
Figure 13- Part des zones de croisière dans la Caraïbe de 1995 à 2010	81
Figure 14- Le tourisme de croisière dans la Caraïbe en 2000 et en 2010.....	82
Figure 15- Le poids des quatre sous-espaces de croisière de la Caraïbe (en % du total de la fréquentation annuelle totale de la Caraïbe)	82
Figure 16- Comparaison des plus gros navires de croisière en navigation dans le monde	96
Figure 17- Profil du <i>Freedom of the Seas</i> de la compagnie <i>Royal Caribbean International</i>	102
Figure 18- Plan de distribution du <i>Carnival Dream</i> de la compagnie <i>Carnival Cruise Line</i>	103
Figure 19- Capture d'image du site Atlantis au sujet de croisière dans la Caraïbe.....	109
Figure 20- Capture d'image du site Internet de la compagnie Royal Caribbean International, mai 2015.	110
Figure 21- La hiérarchisation du personnel de bord d'un navire de croisière.....	116
Figure 22- Un schéma représentatif du cheminement d'un croisiériste : de son espace quotidien au port-base.	124
Figure 23- La part des flux de croisiéristes selon les ports-base des Etats-Unis desservant le bassin caribéen.....	133
Figure 24- Les données relatives au tourisme dans la région de Quintana Roo.	172
Figure 25- Evolution des flux de croisiéristes à Cozumel de 1975 à 2010.	174
Figure 26- Le terminal de croisière de Falmouth en Jamaïque	186

Figure 27- Organisation territoriale de Princess Cay, Bahamas	190
Figure 28- Les types d'excursions selon l'ensemble des excursions proposées dans les escales caribéennes.	201
Figure 29- Le partage du temps de l'escale dans la Caraïbe	208
Figure 30- L'évolution du tourisme de croisière en Martinique et à la Dominique de 1970 à 2013.....	217
Figure 31- Capture d'image : les pingouins du célèbre dessin animé Madagascar sont à bord des navires de la compagnie Royal Caribbean International.	230
Figure 32- Etapes et méthodes de constitution et de récupération de données sur Picasa.	233
Figure 33- Proportion des photos prises sur le bateau et hors du bateau par compagnie	235
Figure 34- Le processus de Disneyisation	238
Figure 35- Schéma représentatif de l'offre et de la demande du produit croisière.....	251
Figure 36- Les redevances des compagnies de croisière sur les territoires de la Caraïbe	255
Figure 37- Les postes de recettes pour les territoires d'accueil dans le cadre du tourisme de croisière en 2012.....	260
Figure 38- L'évolution des dépenses directes des passagers dans la Caraïbe entre 1992 et 2012 (en dollars américains).	265
Figure 39- Représentation de la part des postes de dépenses des croisiéristes dans la Caraïbe entre 2005 et 2012.....	266

Table des tableaux

Tableau 1- Les principales compagnies de croisières ayant obtenu le ruban bleu de 1893 à 1909.....	50
Tableau 2- Taux d'évolution moyen annuel des nuitées de croisière dans le monde entre 2000 et 2010.	72
Tableau 3- Les circuits organisés à partir des ports-base mondiaux en 2010	75
Tableau 4- Proportion des flux de croisière et de séjour dans la Caraïbe, 1990 ; 2010 (en %)	84
Tableau 5- Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Carnival Group	91
Tableau 6- Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Royal Caribbean International.....	92
Tableau 7- Les flux de croisiéristes selon les différentes compagnies de croisière de la filiale Apollo Group.....	93
Tableau 8- Le classement des plus gros bateaux de croisière (plus de 100 000 tonnes) de 2000 à 2010.....	94
Tableau 9- Représentation des différentes catégories de cabines du navire selon la disponibilité générale du navire, sur l'exemple du <i>Carnival Dream</i> de la compagnie <i>Carnival Cruise Line</i>	104

Tableau 10- Représentation des différentes catégories de cabines du navire selon la disponibilité générale du navire, sur l'exemple de l' <i>Oasis of the Seas</i> de la compagnie <i>Royal Caribbean International</i>	104
Tableau 11- Les unités navigantes des compagnies de croisière de luxe.....	107
Tableau 12- Tableau des caractéristiques démographiques des croisiéristes en 2013.	111
Tableau 13- Eléments représentatifs des ports-base sur l'exemple de Sydney et Venise	124
Tableau 14- L'évolution des flux de croisiéristes selon les ports-base des Etats-Unis desservant le bassin caribéen.....	134
Tableau 15- Hiérarchisation et spécialisation des ports-base nord-américains et caribéen (situation sur la saison 2012/2013 selon le nombre de navires basés).....	148
Tableau 16- Les ports-base et compagnies de croisière à destination de la Caraïbe	150
Tableau 17- Typologie des ports-base desservant les circuits de la Caraïbe.....	161
Tableau 18- Les escales de croisière par secteur dans la Caraïbe, 1975-2010.....	168
Tableau 19- Les arrivées des principaux terminaux de croisière au Mexique entre 2000 et 2014.....	170
Tableau 20- Grille de notation de l'indice d'enclavement des ports à destination.....	176
Tableau 21- Représentation de l'indice d'enclavement	177
Tableau 22- Les îles privées des compagnies de croisière dans la Caraïbe.....	189
Tableau 23- Flux de croisiéristes sur les îles privées des Bahamas et Labadie – saison 2012/2013	193
Tableau 24- Typologie des escales de croisière dans la Caraïbe	196
Tableau 25- Type d'excursions selon la programmation des compagnies de croisière.	200
Tableau 26- Données sur les excursions de l' <i>Independence of the Seas</i> dans la Caraïbe	205
Tableau 27- Le temps du croisiériste (en heures).	208
Tableau 28- Pourcentage d'excursionnistes en 2005 ; 2009; 2012 dans la Caraïbe.....	210
Tableau 29- L'évolution des flux de croisiéristes-excursionnistes dans la Caraïbe, 2005/2012.....	211
Tableau 30- Quelques données sur les achats d'excursions et les dépenses moyennes par passager	212
Tableau 31- La répartition des tarifs moyens d'excursion dans la Caraïbe 2012.....	213
Tableau 32- Données sur les excursions à partir du port de Roseau, à la Dominique	218
Tableau 33- Les thématiques de croisière dans la Caraïbe.....	223
Tableau 34- Résultats de la régression des flux expliqués par les dépenses	256
Tableau 35- Différence de tarification de la vente d'excursions.....	258
Tableau 36- Les sommes perçues par la vente d'excursions	259
Tableau 37- Total des dépenses des croisiéristes en 2012.....	270
Tableau 38- Représentation de la production de déchets d'un navire de croisière.....	282

Table des cartes

Carte 1- L'espace caribéen sous l'angle du tourisme de croisière.....	15
---	----

Carte 2- Itinéraire de la croisière « Excursion to the Holy Land, Egypt, the Crimea, Greek and intermediate points of interests », 1867.....	48
Carte 3- Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1970.....	65
Carte 4- Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1975.....	66
Carte 5- Les flux de croisiéristes dans la Caraïbe en 1980.....	67
Carte 6- L'évolution des nuitées de croisière dans le monde 2000-2010.....	74
Carte 7- Le tourisme de croisière dans la Caraïbe en 1990.....	77
Carte 8- Le tourisme de séjour et le tourisme de croisière dans la Caraïbe, 1990 et 2010.	85
Carte 9- Les ports-base mondiaux : nombre de départs organisés en 2012.....	129
Carte 10- Les ports-base desservant la Caraïbe.....	132
Carte 11- Profil des circuits à partir des différentes régions et ports-base desservant la Caraïbe.....	136
Carte 12- L'organisation territoriale de la péninsule floridienne.....	138
Carte 13- L'organisation spatiale de la ville de Miami.....	140
Carte 14- Les escales de croisière desservies depuis Miami.....	145
Carte 15- Profil des circuits des ports-base de type 1 (Galveston, Fort Lauderdale, Port Canaveral, New York).....	154
Carte 16- Profil des circuits des ports-base de type 2 : Nouvelle Orléans, Tam Baltimore, San Juan.....	155
Carte 17- Profil circuit des ports-base de type 3 : Houston et Boston.....	157
Carte 18- Profil circuits des ports-base de type 4 : Fort de France, Pointe à pitre.....	159
Carte 19- Les ports d'escale dans la Caraïbe.....	164
Carte 20- Les « routes » de la croisière au Mexique.....	169
Carte 21- La localisation des îles-privées des Bahamas et territoire privé de Labadie en Haïti.....	192
Carte 22- Le nombre d'excursions organisées par destination dans la Caraïbe en 2013	203
Carte 23- Circuit de l' <i>Independence of the Seas</i> de la compagnie <i>Royal Caribbean International</i> (saison 2013-2014/2015).....	204
Carte 24- L'île de la Dominique.....	216

Table des photographies

Photographie 1- Description des cabines selon les classes de navigation à bord du Titanic, 1912.....	53
Photographie 2- Disposition en « effet ruche » des navires de la gamme <i>Oasis</i> de la compagnie <i>Royal Caribbean International</i>	106
Photographie 3- Les membres d'équipage du MSC Divina.....	114
Photographie 4- Le port de Miami.....	143
Photographie 5- L'évolution du port-base de Miami de 1905 à 2009.....	144
Photographie 6- Le terminal de croisière de Cozumel, Quintana Roo.....	175

Photographie 7- Représentation du terminal de croisière de type 1 –le quai d'accostage sur l'exemple du terminal de croisière de Tortola, îles Vierges britanniques.....	181
Photographie 8- La rue Dame Eugenia, lors de l'escale du <i>Norwegian Dawn</i> en avril 2012	182
Photographie 9- Représentation du terminal de croisière de type 2 sur l'exemple du terminal de Philipsburg à Sint Maarten.....	185
Photographie 10- Le terminal de croisière de Saint John's à Grenade.	187
Photographie 11- Isla Catalina, République dominicaine, île privée de la compagnie <i>Costa croisière</i>	191
Photographie 12- Le terminal de croisière de Roseau en Dominique	219