



**HAL**  
open science

# L'essor contemporain de la croisière maritime.: Enjeux et politiques de développement dans les villes portuaires de la rangée nord-européenne

Gwennaëlle Furlanetto

## ► To cite this version:

Gwennaëlle Furlanetto. L'essor contemporain de la croisière maritime.: Enjeux et politiques de développement dans les villes portuaires de la rangée nord-européenne. Histoire. Université du Havre, 2014. Français. NNT : 2014LEHA0025 . tel-02073583

**HAL Id: tel-02073583**

**<https://theses.hal.science/tel-02073583v1>**

Submitted on 20 Mar 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Thèse en vue d'obtenir le grade de Docteur de  
l'Université du Havre en Géographie

Présentée et soutenue publiquement par :  
**GWENNAËLLE FURLANETTO**

Soutenue le 26/11/2014.

Sous la direction de Bruno Lecoquierre



Université du Havre  
U.F.R des lettres & Sciences humaines  
U.M.R IDEES 6266 / CIRTAI  
École doctorale HRST : Hommes Risques Sociétés Territoire

**L'ESSOR CONTEMPORAIN DE LA CROISIÈRE MARITIME.  
ENJEUX ET POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT DANS LES VILLES  
PORTUAIRES DE LA RANGÉE NORD-EUROPÉENNE.**

Composition du jury :

Jacques Charlier (*Université Catholique de Louvain*)

Philippe Duhamel (*Université d'Angers*) - Rapporteur

Valérie Lavaud Letilleul (*Université Paul-Valéry Montpellier 3*) - Rapporteur

Bruno Lecoquierre (*Université du Havre*)

Benjamin Steck (*Université du Havre*)





## **Remerciements**

Beaucoup de personnes sont intervenues tout au long des trois ans qui auront permis la réalisation de cette thèse et je tiens à toutes les remercier pour leur soutien et leurs conseils.

Je tiens tout d'abord à remercier particulièrement mon directeur de thèse Bruno Lecoquierre pour son temps, ses encouragements, ses conseils, et ses relectures qui furent bien nombreuses. Il fut présent dès le premier jour et m'a dirigée et soutenue tout au long de ces trois ans.

Je remercie également mes rapporteurs, Valérie Lavaud-Letilleul et Philippe Duhamel, pour l'intérêt porté à mon travail et leur lecture attentive. Merci également aux membres du jury qui m'ont accordé un peu de leur temps et de leur attention et ont accepté de participer à la soutenance....

Je remercie particulièrement Jacques Charlier qui fut le premier à me donner le goût de la géographie des transports (durant mon master à LLN). Il fut celui qui me poussa à me lancer dans la grande aventure de la thèse et m'a soutenue, encouragée et conseillée à chacun de mes passages en salle des mémorants louvanistes.

La réussite d'une thèse ne pourrait se faire sans le soutien et les encouragements de gens qui nous sont proches. Pour cela, je tiens à remercier ma famille : Mamy & Nonno, mes parents, Florian et Anna, Mathieu et Laetitia, et Enola.

Ils ne sont pas de mon sang mais sont un petit peu ma famille havraise. Je ne les remercierai jamais assez de leur accueil et de leur hospitalité. Merci donc à la famille Crochemore. Merci également à Kévin qui fut présent pour moi dès le première jour de ma thèse, même lorsqu'il était à Bruxelles. Merci pour sa présence, son soutien, ses encouragements et ses conseils avisés.

Merci à mes amis et collègues havrais au sein du Cirtai, toujours contents de me voir venir de mon plat pays, même ceux qui ont déjà quittés le laboratoire : Anaïs Dumortier, Mathilde Mus, Mathilde Dessoles, Hadi Sabayon, Catalina, Ronan Kerbi, Anne-Solène Quiec, Messan Lihoussou, Marina.

Merci ensuite à mes petits géos qui m'ont permis de passer de nombreuses soirées à m'évader de la thèse, mais particulièrement à Justine, François et Isaline qui m'ont montré un soutien particulier dans la réalisation de cette thèse.

Enfin, et non pas des moindres, je tiens à remercier toute la famille de l'ENN qui malgré les hauts et les bas sont toujours là, que ce soit pour le sport ou pour les soirées. Merci aux masters qui sont devenues toutes bien plus que de simples coéquipières mais des amies : Christina (encore merci pour cette belle couverture), Constance, Chacha, Anaïs, Chloé, Manu, Charlotte et Sophie. Merci également aux autres membres du club : Michel, Martine, Joëlle, Sacha, Isabelle, et pour les plus jeunes Ysaline.

## Sommaire

Remerciements.....	3
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PREMIÈRE PARTIE	
ÉMERGENCE ET ÉVOLUTION DU MARCHÉ MONDIAL DE LA CROISIÈRE.....	15
INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE.....	17
Chapitre I : TOURISME ET CROISIÈRE.....	19
Chapitre II : ÉVOLUTION DE LA CROISIÈRE DE SES PRÉMISSSES À AUJOURD'HUI.....	47
Chapitre III : TENDANCE ACTUELLE : ENTRE GIGANTISME ET RATIONNALISATION.....	67
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE.....	101
DEUXIÈME PARTIE	
LE SYSTÈME CROISIÈRE.....	105
INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....	107
Chapitre IV : IMAGES DE LA CROISIÈRE.....	109
Chapitre V : ORGANISATION SOCIALE DE LA CROISIÈRE.....	139
Chapitre VI : LA CROISIÈRE ET SON ANCRAGE SPATIAL.....	172
CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....	189
TROISIÈME PARTIE	
LE PORT DE CROISIÈRE, UN ENJEU URBAIN.....	193
INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE.....	195
Chapitre VII : LE PORT ET L'ACTIVITÉ CROISIÈRE.....	197
Chapitre VIII : LES PORTS DE LA RANGÉE NORD-EUROPÉENNE.....	225
Chapitre IX : MODÉLISATION DU PORT DE CROISIÈRE.....	279
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE.....	315
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	319
Bibliographie thématique.....	326
Bibliographie alphabétique.....	337
Table des figures et des tableaux.....	348
Table des matières.....	353
Liste des sigles et abréviations.....	361
Annexes.....	362



## INTRODUCTION GÉNÉRALE

*« Cette nouvelle géographie donna à l'homme non pas seulement une connaissance du monde mais une méthode pour connaître »*

*(Desfontaines P., 1933)*

De nos jours, la croisière est un secteur qui pèse dans le domaine économique et qui est sujet à une forte médiatisation (actualités, films, publicités, reportages). Elle touche de plus en plus de régions du monde. Tirant avantage du secteur des transports et de celui du tourisme, elle a connu, depuis ses débuts, une croissance supérieure à celle du tourisme pris dans son ensemble. Sa croissance annuelle depuis les années 1980 fut en effet en moyenne de 8,2 % par an pour la croisière, alors qu'elle n'a été que de 4,1 % pour le secteur du tourisme en général. Le nombre de passagers a donc augmenté de 200 % grâce à un taux de remplissage des bateaux toujours très élevé et parfois même supérieur à 100 % en plaçant par exemple deux adultes et un ou deux enfants dans une cabine normalement pour deux personnes. Cette croissance s'explique également en partie par l'augmentation constante de la taille des navires. En 50 ans, la croisière est passée d'un mode de transport pour l'élite et les classes aisées à un mode de tourisme pour ces mêmes classes, et pour finir, à un tourisme de masse.

En plus de cette croissance économique, on observe également un étalement géographique du secteur et une croissance progressive d'anciens marchés de niche. Cantonnée à l'origine au bassin des Caraïbes répondant aux standards des trois S du tourisme de masse (*Sea, Sand and Sun*), la croisière s'est étendue à l'Amérique du Nord de manière saisonnière mais également à l'Europe. D'abord focalisée sur le bassin méditerranéen, de plus en plus de bateaux prennent place en Europe du Nord. Les bassins asiatique et océanique, vus comme des bassins de niche pendant ces dix dernières années,

connaissent également une croissance fulgurante grâce à la montée de la classe aisée et de la classe moyenne locale. Cet étalement géographique est également combiné à un étalement saisonnier. Des bassins aux conditions climatiques moins favorables tels que l'Europe scandinave, accroissent leur saison des croisières au fil des ans, l'allongeant alors de plusieurs semaines voire de plusieurs mois.

Ces deux phénomènes d'accroissement combinés, on constate que les autorités régionales et communales observent un intérêt grandissant pour le secteur des croisières grâce aux retombées économiques qu'il engendre. En 2012, l'Europe a pu bénéficier de 37,9 milliards d'euros de retombées globales (GP Wild, 2011) provenant des différents acteurs. Les armateurs ont par exemple investi 15,5 milliards d'euros, que ce soit pour les dépenses de ravitaillement de leurs navires, ou pour des services liés aux compagnies de croisière. Les chantiers navals permettent aussi d'importantes retombées en termes financier ou d'emplois pour les régions dans lesquels ils sont implantés (3,9 milliards d'euros). Enfin les dépenses des passagers et membres d'équipage dans les ports d'escales se sont également accrues atteignant plus de 2,5 milliards d'euros en 2012. Les passagers sont cependant plus dépensiers que les membres d'équipage. Ils dépensent en moyenne 77 euros par personne dans les ports d'embarquement et 62 euros par personne dans les ports d'escale contre 21 euros par personne pour les membres de l'équipage. Ces retombées financières sont également couplées à des retombées en terme d'emploi et en terme d'image.

Il reste néanmoins que le gigantisme croissant des navires pose des questions sur le plan environnemental et gestionnaire. Les navires fonctionnant en vase clos doivent évacuer les déchets du nombre grandissant de passagers, nombre pouvant atteindre plus de 6000 personnes à bord. L'évacuation de ces déchets pose des problèmes majeurs de logistique et de contraintes environnementales pour les ports. Une augmentation sans fin de la taille des navires pose également le problème de savoir comment gérer d'aussi gros flux de touristes dans les villes d'escale et au sein des terminaux.

Malgré tous ces facteurs de croissance ou d'intérêts économique et géographique, la croisière est souvent mal cernée par les chercheurs universitaires. Elle est pourtant un sujet aux multiples facettes et peut concerner de très nombreuses disciplines scientifiques (médecine, sociologie, économie, géographie, ingénierie, ...). Les enjeux du secteur et leurs conséquences sont indéniables pour les compagnies, les ports et les villes portuaires. Ces

éléments pourraient alors pousser à une plus grande quantité et variété de recherche mais nous verrons au cours de cette thèse que différents facteurs géographiques et temporels peuvent expliquer ce phénomène.

- *Quelle est la problématique ?*

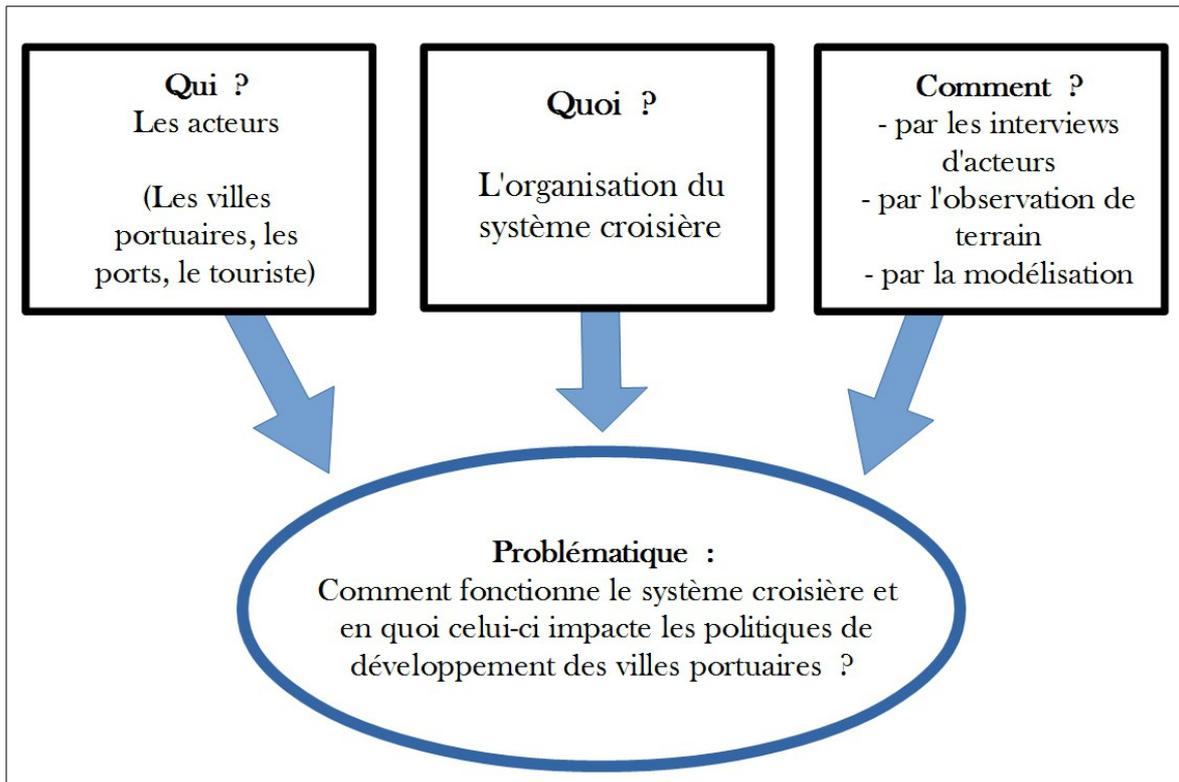
La croisière connaît une forte croissance dans plusieurs de ses bassins mais particulièrement dans le bassin européen. Il nous a paru intéressant d'étudier un bassin qui n'en est pas à ses prémices (comme le marché asiatique) mais qui voit passer des escales de paquebots depuis plusieurs années sans pour autant atteindre son seuil critique (comme le marché des Caraïbes) (WILKINSON P., 2006). L'Europe du Nord présente ce juste milieu entre une présence ancestrale de la croisière et un boom actuel des itinéraires.

Dans cette région, le port du Havre a une position stratégique à l'entrée de la Manche. Il connaît depuis plusieurs années une croissance importante du secteur des croisières avec un score record de 122 escales et plus de 240 000 passagers prévus en 2014. Cette croissance s'observe en regardant le nombre d'escales par an : 70 en 2010, 97 en 2011, 107 en 2012. Celle-ci fut possible grâce à un travail de fond de la part de l'office de tourisme et de la ville du Havre. On peut notamment observer de plus en plus de doubles, triples, voire quadruples escales mais également un allongement de la saison sur les mois d'avril-mai et septembre-octobre.

En prenant en compte tous ces éléments contextuels, nous pouvons répondre aux quatre questions fondamentales pour la construction d'une problématique : Qui ? Quoi ? Où ? Et Comment ? La réponse à la question du « qui » permet de définir les sujets de cette thèse comme étant les acteurs que sont la ville portuaire, le port et le touriste. La question « quoi » trouve réponse comme étant l'organisation du système croisière. La question du « où » s'exprime par une focale sur la rangée portuaire nord-européenne. Enfin, la question « comment » se résout en trois propositions : des entretiens avec les acteurs, de l'observation de terrain, et une proposition de modélisation.

Dans ce contexte, présenté précédemment, il apparaît alors utile de mieux comprendre les éléments intervenant dans le secteur croisière de manière à mieux cerner les enjeux d'un développement de celui-ci. Cette thèse vise donc à répondre à une question centrale : **Comment fonctionne le système croisière et en quoi celui-ci impacte les politiques de développement des villes portuaires ?** A partir de cette question, nous avons construit une hypothèse principale que nous tenterons de vérifier : le

développement spectaculaire de l'activité de croisière introduit une forte dimension portuaire liée au tourisme dans les ports de la rangée nord-européenne, ce qui se traduit par d'importantes évolutions territoriales et fonctionnelles de ces ports. L'objectif en répondant à ces questions est de pouvoir fournir des clés de lecture de l'industrie de la croisière et de son ancrage au sein des villes portuaires.



**Figure 1: Construction de la question de recherche**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.

- *Quel est le cadre épistémologique ?*

Comme pour toute recherche scientifique, il faut tout d'abord veiller à préciser le contexte théorique dans lequel celle-ci va s'ancrer. Il est donc nécessaire de préalablement définir le cadre épistémologique sur lequel repose cette thèse.

Antoine Bailly et Hubert Béguin (1982) présentent quatre grandes approches de la géographie présentées dans le tableau 1. Il est clair que ces approches se différencient nettement les unes des autres et que chacune semble situer la géographie différemment, mais il paraît évident aujourd'hui que ce clivage n'est pas aussi marqué dans les travaux de

recherche. Notons cependant que depuis les années 1980, l'épistémologie de la géographie a évolué et il apparaît difficile de s'ancrer dans un unique courant de pensées. Les géographes contemporains sont le plus souvent à cheval sur plusieurs écoles selon les outils ou les méthodes nécessaires à leurs études.

<b>Approche</b>	<b>Idiographique (traditionnelle)</b>	<b>Nomothétique (théorique)</b>	<b>Radicale (marxiste)</b>	<b>Comportementale (de la perception)</b>
<b>Courant géogr.</b>	<i>Géo classique</i>	<i>Analyse spatiale</i>	<i>Géo sociale</i>	<i>Géo culturelle</i>
<b>Données</b>	Milieu naturel	Propriétés spatiales des comportements	Rapports sociaux	Perception de l'individu
<b>Conception des faits géographiques</b>	Ils sont uniques et infiniment différenciés	Ils sont abstraits et mesurables	Ils sont le reflet des rapports sociaux et de l'aliénation	Ils sont produits par l'action de l'individu et son comportement
<b>Démarche d'analyse</b>	Description Généralisation	Modélisation analytique Vérification	Modélisation synthétique Vérification	Modélisation des interactions

**Tableau 1 : Les grandes approches de la géographie**  
 Réalisation : FURLANETTO G., CIRTAI-IDEES, 2014  
 Source des données : (BAILLY A., BEGUIN H., 1982)

Selon les approches présentées ici, nous pouvons indiquer que cette thèse fait appel, au moins, à trois des quatre approches : l'approche idiographique, l'approche nomothétique et l'approche comportementale. En effet, l'objectif étant d'analyser la croisière comme un système, cela implique d'abord de comprendre comment la croisière est perçue par les individus et comment les acteurs du système vont modifier l'agencement spatial de la croisière pour correspondre à leurs attentes de ce mode de vacances. Cette description nous ancre alors dans la géographie de la perception. Cependant notre démarche vise également à décrire la situation des ports de la rangée nord-européenne pour ensuite tenter de fournir

une généralisation de l'organisation des relations entre villes et ports, ce qui nous rapproche alors de la géographie traditionnelle. Quant à la modélisation, qui nous permettra ensuite d'introduire méthode et cohérence dans les processus de construction des structures spatiales et offrira donc une grille de lecture de ces dernières, elle nous ancre dans l'analyse spatiale. Celle-ci est définie par Jacques Lévy et Michel Lussault (2013) comme une étude formalisée de la configuration et des propriétés de l'espace des sociétés, et a trois objectifs : mettre en évidence les formes d'organisation spatiale, caractériser les processus de spatialisations, et cerner les dynamiques des systèmes. Dès lors, même si beaucoup de théories abordées dans cette thèse proviennent de l'analyse spatiale, il n'en reste pas moins que nous ne nous sommes pas cantonné à cet unique courant, mais que nous avons été puiser méthodes et nous nous sommes appuyé sur des méthodes et des approches relatives à d'autres courants de la géographie.

Malgré cette diversité de courant géographique, les méthodes utilisées peuvent cependant être communes. En effet, pour l'ensemble de la géographie, deux méthodes principales de construction de problématiques peuvent exister : la méthode déductive et la méthode inductive. La première se fonde sur des théories et va les confronter au réel, elle est donc une approche analytique. La seconde part de l'observation du réel pour établir ensuite des théories, du particulier au général, elle est alors plutôt synthétique. En parallèle à ces deux méthodes, la méthode de recherche la plus souvent mise en œuvre est la méthode hypothético-déductive. Celle-ci nécessite de partir d'une hypothèse que l'on va tenter de vérifier et qui, après une confrontation au réel, pourra ou non être validée. Dans les faits, la méthode hypothético-déductive mêle le plus souvent la déduction et l'induction. François Durand-Dastes, cité par Bruno Lecoquierre (2014), explique par exemple que lors de la construction d'une hypothèse, il y a déjà une première incursion de l'empirisme et de l'observation. Sans celle-ci, explique-t-il, il serait impossible de pouvoir déterminer des hypothèses de départ. Le travail de terrain, dont le but est de vérifier l'hypothèse de départ, amène nécessairement à infléchir celle-ci en fonction des observations et analyses effectuées et on peut alors considérer qu'il s'agit alors d'une incursion de l'empirisme dans la méthode hypothético-déductive pourtant privilégiée dans le travail de recherche.

- *Comment se structure cette thèse ?*

Sur base de ce cadre méthodologique et conceptuel, nous avons divisé cette thèse

en trois parties principales. La première partie vise à comprendre comment la croisière est née et comment elle a évolué pour devenir ce qu'elle est aujourd'hui. Une lecture complète de l'ensemble de la littérature relative à la croisière était impossible à mettre en place tant la diversité des sujets et des disciplines est importante. Nous avons alors privilégié les auteurs référents de chaque sujet. La deuxième partie de la thèse vise à comprendre l'organisation du système croisière via plusieurs méthodes. La première correspond à des interviews à questionnaires fermés auprès de passagers de croisière en escale au Havre sur l'image de la croisière et de la ville portuaire et les attentes qu'ils peuvent avoir. La deuxième vise à mettre en place un schéma relationnel de l'ensemble des acteurs intervenants. Les résultats obtenus sont ensuite analysés selon les différentes contraintes possibles. La troisième méthode vise à rendre compte de l'ancrage spatial mondial de la croisière grâce à des outils de compilation statistique et des outils de cartographie. Enfin, la troisième partie de la thèse a pour objectif de comprendre l'ancrage de la croisière au sein des interactions spatiales et sociales entre villes et ports. C'est dans cette partie que viennent s'intégrer les démarches de la modélisation. La modélisation est un énoncé théorique qui repose sur une élaboration schématique et formelle dans un langage précis, et dépasse donc le réel. C'est un schéma qui permet de rendre compte de la réalité de manière simplifiée. Le modèle permet d'expliquer comment elle fonctionne mais pas pourquoi elle fonctionne de cette manière. Dans notre cas, c'est un modèle graphique qui sera utilisé pour rendre compte des évolutions territoriales et fonctionnelles au sein des villes portuaires. Celui-ci se définit comme une explication d'une combinaison géographique particulière et unique par la composition de plusieurs modèles élémentaires. La modélisation permet surtout de dépasser la coupure entre la géographie régionale et la géographie générale (LEVY J., LUSSAULT M., 2013). Dans notre cas, cet usage du modèle pourrait permettre de dépasser notre zone d'étude, à condition de confronter celui-ci à d'autres rangées portuaires.

On peut donc constater que la croisière est un sujet relativement complexe car elle intègre une grande diversité de bassins de navigation mais également d'acteurs. Elle peut être étudiées sous de multiples facettes et via de nombreuses disciplines scientifiques. De manière à rendre compte justement de cette complexité, nous avons choisi de garder une approche systémique du sujet de manière à pouvoir comprendre le phénomène dans sa globalité.



## **PREMIÈRE PARTIE**

# **ÉMERGENCE ET ÉVOLUTION DU MARCHÉ MONDIAL DE LA CROISIÈRE**



## **INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE**

La croisière est un secteur qui fait de plus en plus parler de lui au sein de nos sociétés occidentales. Considérée comme un mode de vacances innovant et original par beaucoup, elle ravit de plus en plus de touristes. Cependant le secteur reste peu connu des chercheurs scientifiques. Dans cette partie, nous tenterons de cerner ce qu'est la croisière et dans quel contexte elle s'est construite. Elle s'articulera autour de trois chapitres permettant de mieux comprendre le contexte large et mondial de cette étude.

Le chapitre I abordera le cadre théorique et conceptuel dans lequel s'ancre l'étude de la croisière. Il s'attellera à répondre aux questions concernant la place du tourisme et bien entendu de la croisière au sein de la sphère de la recherche académique, mais également à la complexité de définir le tourisme tant au sein du monde universitaire qu'au sein du monde institutionnel. La particularité de l'approche géographique sera également abordée de manière à comprendre le rôle que peut jouer le géographe dans ce type d'étude.

Le chapitre II visera à comprendre comment la croisière est née et retracera donc l'histoire de la croisière de ces balbutiements jusqu'à l'apparition de la croisière dite contemporaine. Il puisera donc dans le domaine du tourisme mais également dans le domaine du transport. De la sorte, les représentations potentielles et les enjeux qu'elle engendre pourront être mieux cernés.

Le chapitre III posera, quant à lui, l'état actuel de la croisière. Il abordera différents facteurs du secteur : des facteurs historiques en analysant les chiffres de croissance du secteur depuis les années 1980, des facteurs géographiques en analysant la configuration géographique mondiale et régionale, des facteurs économiques en analysant les liens entre offre et demande pour le marché des croisières. Il veillera également à apporter une définition de l'objet d'étude de manière approfondie et à présenter les différentes tendances qui peuvent s'observer et qui pourraient s'accentuer dans les années à venir.



# Chapitre I

## TOURISME ET CROISIÈRE

### **I.1. Introduction**

Le tourisme est devenu un phénomène indissociable de nos sociétés actuelles. Il influe sur l'économie, le territoire, les réseaux sociaux, la culture, ... Il entraîne également des questionnements sur le plan environnemental suite aux pollutions engendrées par la présence massive de touristes en un lieu donné, sur le plan social suite aux abus concernant les droits des travailleurs dans certains pays, mais également sur le plan économique car il peut représenter une grande partie du produit national brut de certains pays. Pour mieux comprendre les liens entre tourisme, monde universitaire et croisière, ce chapitre s'articulera autour de cinq points.

Tout d'abord, nous tenterons de trouver quelle est la place du tourisme au sein du monde de la recherche via notamment la problématique de la construction d'une science touristique. Une fois sa place déterminée, nous nous demanderons comment se définit le tourisme et quel est son impact sur nos sociétés en essayant de donner les grandes lignes du développement touristique mais aussi en faisant la distinction entre le voyage, le tourisme et les loisirs. Ensuite, nous nous sommes focalisé sur le rôle que peut jouer la géographie dans l'étude du tourisme. Enfin, notre étude portant sur la croisière, il conviendra de se demander comment la croisière s'insère au sein du monde du tourisme et du monde universitaire.

Ce chapitre vise donc à poser le contexte épistémologique et théorique dans lequel s'ancre notre étude. Il permet de relativiser l'importance du développement de la croisière par rapport à l'ensemble du secteur touristique tout en cernant ses enjeux. Il permet également de comprendre que l'objet touristique est complexe et peut être abordé autant par les sciences humaines telles que la sociologie ou l'économie, que par les sciences physiques telles que la médecine ou l'océanographie.

## **I.2. Approche scientifique du tourisme**

Cette partie vise à comprendre la place du tourisme au sein du monde académique mais également à comprendre ce qu'est le tourisme, ce qu'il englobe, et les débats qui l'entourent.

### ***I.2.1. Tourisme et monde académique***

Vu comme l'apanage d'une élite bourgeoise au XVIII<sup>e</sup> et au XIX<sup>e</sup> siècle, reconnu ensuite comme une pratique sociale et culturelle, le tourisme peine à être reconnu comme sujet de recherche auprès des scientifiques. Dans la sphère académique, le questionnement sur le statut du tourisme est encore en plein débat. On y parle plus couramment d'approches disciplinaires : géographie du tourisme, sociologie du tourisme, économie du tourisme ou encore anthropologie du tourisme. En effet, peu de scientifiques travaillent pleinement sur l'étude de celui-ci en tant que science propre, il s'agit plus couramment d'experts, n'abordant alors pas une même rigueur épistémologique et conceptuelle (CERIANI-SEBREGONDI G. et al., 2008). Les chercheurs ont plus souvent tendance à user des définitions officielles du tourisme fournies par l'OMT (*Organisation Mondiale du Tourisme*) ou les instituts statistiques nationaux. Il est cependant important de citer ici une équipe française interdisciplinaire de scientifiques s'attelant, après plusieurs années de recherche, à définir le tourisme et à l'étudier en profondeur : l'équipe MIT (Mobilités, Itinéraires et Territoires)<sup>1</sup>. Néanmoins, chaque discipline, étudiant un objet touristique, propose une variante de la définition du tourisme de l'OMT propre à son approche. Il est donc très difficile de trouver un consensus entre les différentes sciences.

Le débat reste également ouvert car certains arguments continuent de permettre de réfuter la construction épistémologique d'une science du tourisme. Associé à l'industrialisation et aux transformations des sociétés européennes, et ce dès le XVII<sup>e</sup> siècle, le tourisme ne s'est pas diffusé uniformément dans le temps et dans l'espace. Dès

---

1 L'équipe MIT est un laboratoire interdisciplinaire de recherche sur le tourisme formée autour de Rémy Knafou. Elle se compose principalement de Ceriani G., Duhamel P., Coëffé V., Gaugue A., Gay J-C., Knafou R., Stock M., Pébarthe H., Sacareau I., Vacher L., et Violier P.. Ils ont notamment publié trois ouvrages consacrés au tourisme : *Tourisme I – Lieux communs* (2002), Paris : Belin, 320p. ; *Tourisme II – Moments de lieux* (2005), Paris : Belin, 349p. ; et *Tourisme III – La révolution durable* (2011), Paris : Belin, 280p..

lors, comment adopter une approche universelle sans pouvoir établir une limite précise entre ce qui est touristique et ce qui ne l'est pas ? De plus, le tourisme est profondément investi par les représentations, et est par essence pluridisciplinaire. Comment être spécialisé dans assez de disciplines pour pouvoir aborder le sujet de manière globale. « *Il n'existe donc pas UN tourisme mais DES tourisms* » (DEWAILLY J-M., 2006).

### ***1.2.2. Fondement d'une science touristique***

Certains auteurs se sont quand même attelés à proposer des termes et définitions devant être à la base de la construction d'une science touristique. En effet, Neil Leiper proposa, en 1981, de fonder une « *Tourology* ». Il souligna le peu d'intérêt du monde académique dans l'étude du tourisme mais insista sur l'importance de la formation et de l'enseignement pluridisciplinaire de celui-ci. Il identifia également trois niveaux possibles dans la définition du tourisme : économique, technique et holistique. Jean Stafford, en 1985, proposa plutôt le terme de « *Teorology* », tiré du grec *Téoros* signifiant voyage. Elle se définissait par la capacité d'intégrer des éléments disparates liés à l'espace, au temps, à l'économie politique, à la psychologie, à la gestion et enfin à la culture et au patrimoine. Enfin, Dobrica Jovicic, en 1988, mais repris plus tard par d'autres auteurs comme Jean-Michel Hoerner en 2000, proposa le terme de « *Tourismology* ». L'objectif était de fonder une science qui permettrait d'aborder le tourisme de manière systémique et non plus fragmentée (BOUALEM K., 2008).

L'enjeu pour la recherche en tourisme au sein de ce débat est de passer d'une approche pluridisciplinaire à une approche interdisciplinaire. La première consiste en un simple transfert de connaissances d'une approche à une autre alors que la seconde sous-entend des interactions et collaborations entre différentes disciplines en vue d'étudier l'objet touristique de manière globalisée. Aucun spécialiste, qu'il soit pour ou contre le fondement d'une science du tourisme, ne remet en cause le besoin d'user de cette approche interdisciplinaire. Certains auteurs tentèrent de poser la science du tourisme comme une discipline autonome, c'est-à-dire n'ayant nullement besoin des autres sciences sociales. La dépendance du tourisme aux sciences sociales se fait tant sur le point de vue de l'approche que sur celui des concepts ou de la théorie analytique. La dénomination du tourisme comme discipline scientifique nécessiterait alors un cadre conceptuel et théorique indépendant des autres sciences. Cependant, l'élaboration de ce cadre global pour l'étude

du tourisme est encore loin d'être acceptée par l'ensemble de la communauté académique. (CLIVAZ C., 2008)

Chris Cooper et C. Michael Hall, pour étudier l'objet touristique vont considérer deux approches générales possibles. La première est celle qui considère l'objet d'étude comme un service. Celui-ci est conjointement construit par le producteur et le consommateur selon trois facteurs : une dimension centrale qui est souvent la raison de l'achat, une dimension facilitante souvent définie par l'accessibilité de l'objet, et enfin une dimension augmentée qui est celle qui stimule la compétition entre les objets. La deuxième approche est celle qui définit l'objet comme un produit touristique. Le tourisme est alors considéré comme un ensemble d'expériences qu'il faut segmenter dans l'objectif de construire des stratégies de développement mieux adaptées (COOPER C., HALL C.M., 2011).

### ***1.2.3. Tourisme, objet ou science ?***

Le tourisme, en tant qu'objet de recherche, soulève le problème de sa complexité. Par essence interdisciplinaire et mêlant acteurs, territoires et produits, il devint compliqué d'établir une délimitation précise de ce qui peut faire partie de l'étude touristique et de ce qui la dépasse.

Malgré le débat toujours en cours sur le devenir d'une science du tourisme, principalement posé par la difficulté de trouver un consensus sur la définition de celui-ci, il a cependant fallu adopter assez rapidement une définition administrative universelle du touriste, de manière à unifier la récolte des données. Le concept fut donc défini comme étant un individu se déplaçant, voulant vivre hors de son quotidien, et à la recherche de l'altérité. Cette définition, et les critiques qui lui sont associées, seront approfondies par la suite.

En 150 ans, le tourisme est donc devenu un élément constitutif de la vie sociale, une pratique culturelle non négligeable de nos sociétés.

### **I.3. Définition actuelle du tourisme**

Pour comprendre la définition du tourisme, il est d'abord important d'également comprendre son développement et les impacts que celui-ci a sur nos sociétés.

#### **I.3.1. Construction de la définition du tourisme**

Le tourisme est un objet mondial, concernant des millions de travailleurs, des milliards de voyageurs, mais également l'ensemble des organisations politiques tant son impact économique peut s'avérer important pour la croissance d'un pays. Les organisations, chercheurs, ou encore statisticiens ont toujours tenté de définir le touriste. Les premières tentatives de définition du touriste sont apparues dans un objectif simple de comptage des visiteurs. En 1937, la Société Des Nations (SDN) avait déjà adopté une définition à simple but statistique : « *le touriste est un individu qui loge hors de chez lui pour minimum une nuit et à des fins récréatives* ». Quelques années plus tard, en 1954, l'Association Internationale des Experts des Scientifiques du Tourisme (AIEST) reprend cette définition et la complète avec la notion de déplacement hors de son quotidien. Enfin, en 1963 et plusieurs fois reprises pour arriver à une version définitive approuvée par de nombreux pays en 2000, l'OMT nous donna la définition suivante : « *Le Tourisme est l'ensemble des activités déployées par les individus au cours de leur voyages et de leurs séjours dans des lieux en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive ne dépassant pas un an, et à des fins de loisirs, d'affaires, ou pour autre motif.* » (OMT, 2001).

Cependant, malgré cet essai d'universalisation de la définition du tourisme, chaque pays la modifia et l'adapta à son gré en vue de pouvoir correspondre aux requêtes fournies dans la construction des comptes satellites du tourisme (CST). Ceux-ci reposent sur la récolte statistique de chaque pays, mesurant alors la production nationale de chaque secteur économique. Ils se basent donc sur les tableaux d'entrées-sorties des finances, qui mesurent eux-mêmes l'activité des producteurs et des consommateurs. Notons également que cette définition ne prend en compte que les touristes internationaux or, il est prouvé que les déplacements touristiques au sein d'un pays sont parfois bien plus nombreux. Il faut donc avoir un certain recul quant aux chiffres proposés.

En parallèle, avec une vue plus holistique, des chercheurs tentèrent de donner un sens au tourisme. Les toutes premières définitions apparues dans les dictionnaires étaient

bien faibles et déterminaient le touriste comme dépendant des saisons. Marc Boyer, en quête d'exprimer le tourisme sous tous ces aspects, détermina que celui-ci est la création de l'histoire alors que les loisirs sont la juste conséquence de l'industrialisation. En effet, son évolution n'a pas suivi les tendances de la demande mais répondait constamment à des innovations, à la montée en premier plan d'acteurs ou même de régions, comme le sont les villes qui accueillent les jeux olympiques par exemple. En effet, celles-ci, de par l'organisation d'un événement sportif mondial, bénéficient d'une représentation dans tous les pays et augmentent de la sorte leur publicité et leur attractivité. Chaque chercheur tenta de compléter, voire de modifier la version de ces prédécesseurs mais les perspectives d'approches restaient trop variées pour n'avoir qu'une seule définition.(DEMEN-MEYER C., 2005)

Même si l'ensemble de la communauté scientifique n'approuve pas une définition unique du tourisme, des éléments communs à différents auteurs ont pu être distingués. Notons tout d'abord que, dans la sphère des géographes, un élément domine sur tous les autres. En 2003, Rémy Knafou et Mathis Stock, donnèrent en effet une définition. Cette citation nous indique qu'une approche systémique est obligatoire pour rendre compte d'une juste réalité, mais elle ne nous indique pas vraiment ce qu'est le tourisme ou le touriste : « *Le tourisme n'est ni une activité ou une pratique, un acteur, un espace ou une institution : c'est l'ensemble mis en système. Et ce **système** comprend : touristes, lieux, territoires et réseaux touristiques, marchés, pratiques, lois, valeurs et jeu des autres institutions sociales* »(KNAFOU R., STOCK M., 2003)

Le tourisme est défini selon Jean-Christophe Gay, un autre géographe, comme « *un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces participant à la récréation par le déplacement et l'habiter hors des lieux du quotidien* » (GAY J-C., 2008). Même si de nombreux auteurs s'accordent à cette définition, elle prend en compte les excursionnistes, souvent rejetés par les experts. Elle insiste également sur le côté ludique mais dans tous ces aspects, comment alors classer le touriste d'affaires ? Celui-ci représente par exemple 20 % du marché mondial du tourisme mais, même si une part du séjour proposé peut offrir des activités ludiques, il se distingue clairement du tourisme commun par cette activité commerciale. Il regroupe les foires, congrès, séminaires et voyages d'affaires individuels. Il n'implique donc pas toujours l'hébergement. Il est alors délicat de l'intégrer à un système participant à la récréation comme le définit Jean-Christophe Gay. Les voyages d'affaires n'incluant alors

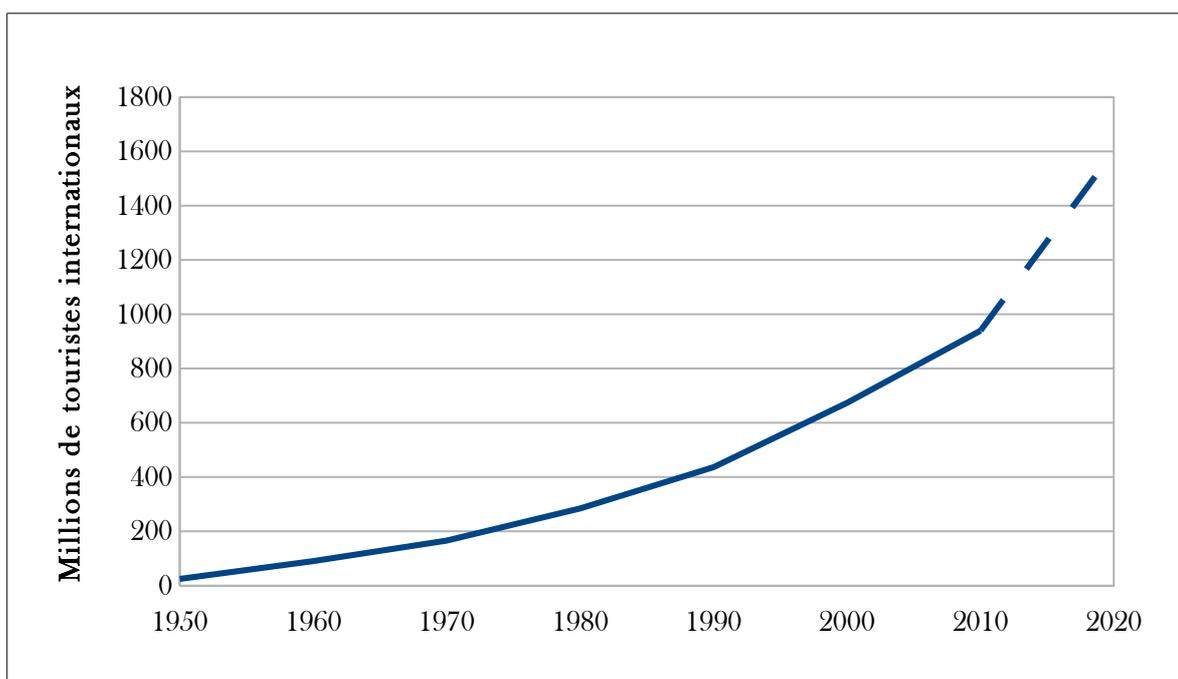
aucun aspect touristique récréatif, tel que, par exemple, des séminaires exclusivement cantonnés dans des locaux précis, ne peuvent donc être compris dans l'industrie du tourisme. Il est cependant plus courant de voir ces voyages divisés en deux parties : la première partie de la journée se focalise sur le séminaire économique, par exemple les matinées, et la seconde partie est alors vouée à la détente par la visite des lieux du séjour. De la sorte, le tourisme d'affaire fait partiellement partie du secteur touristique tel que nous l'entendons.

Un accord sur l'ensemble des termes proposés n'ayant pas été trouvé au sein des spécialistes du secteur, il n'en reste pas moins que le canevas global fut posé. Sur base de celui-ci, les chercheurs ont alors pu étudier le sujet sous leur propre angle d'approche disciplinaire. Il a, par exemple, été démontré par les historiens que les facteurs ayant été favorables au développement du tourisme sont l'accès aux vacances, l'augmentation de temps libre, les progrès techniques dans les transports en commun par exemple, mais encore l'augmentation de l'offre d'hébergement, ou l'amélioration des conditions sanitaires,...(LOZATO-GIOTART JP., 2008)

### ***1.3.2. Développement du tourisme***

Avant de penser à donner une définition du tourisme, il est important de prendre conscience des chiffres de ce secteur.

Comme nous l'illustre la figure 2, le tourisme connaît une croissance exponentielle. En effet, de 25 millions de touristes internationaux en 1950, nous avons atteint le milliard en 2012, et l'OMT projette 1,6 milliards de voyageurs pour 2020. Notons que ces touristes internationaux sont comptabilisés par le nombre de visiteurs entrant dans un pays. Un individu peut alors être comptabilisé plusieurs fois pour peu qu'il traverse plusieurs pays au cours de son voyage. De plus, ce nombre prend également en compte de faux-touristes tels que certains immigrés arrivant avec, comme alibi, un visa touristique. Le total peut donc être un peu surévalué mais il n'en reste pas moins que la croissance du secteur est spectaculaire.



**Figure 2 : Évolution du nombre de touristes internationaux**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2013.**  
**Sources des données : (OMT, 2013)**

*La figure, sur base d'une compilation de chiffres annuels du nombre d'individus en séjours touristiques pour chaque pays de monde, illustre la croissance constante que le tourisme a connu depuis les années 1950.*

Cette croissance peut être divisée en trois phases. La première phase concerne la période allant de 1950 à 1980. Le tourisme se répand à travers les classes sociales en partant de la haute bourgeoisie, atteignant ensuite la classe moyenne et enfin « la masse populaire ». L'augmentation des revenus et les nouvelles réglementations du travail amorcent le temps libre et le droit aux vacances. Parallèlement, les évolutions technologiques dans le secteur des transports participent à la démocratisation du voyage via notamment l'aviation tout public, qui permet de rapprocher des destinations comme Hawaï, La Réunion ou Bali. C'est la naissance du tourisme de masse.

La deuxième période, concernant la fin du XX<sup>e</sup> siècle, est la phase d'ouverture. En effet les années 1990 furent marquées par une ouverture des frontières, une libéralisation des marchés mais également par l'arrivée de grands pays dans le secteur du tourisme. Cette phase est étroitement en lien avec les événements politiques et culturels de la fin de la

guerre froide. La chute du mur de Berlin et la réunification allemande permirent d'augmenter l'accessibilité, et de la sorte, l'attractivité des pays d'Europe de l'Est et de la Russie. La fin de l'Apartheid et une stabilisation politique permirent à l'Afrique du Sud d'entrer dans le grand bain touristique. L'ouverture économique de la Chine entrouvrit les portes d'un pays encore méconnu et symbole d'une des civilisations les plus anciennes, ...

Enfin, la troisième phase est celle du XXI<sup>e</sup> siècle. C'est une période de désillusion. Entre l'augmentation de la petite criminalité, les bandes organisées, le terrorisme et les aléas naturels, le touriste n'est plus libre de faire ce qu'il veut, comme il veut, quand il veut et où il veut. Les destinations étant peu stables politiquement et économiquement telles que les pays africains, sont reléguées à l'état de destinations occasionnelles et dangereuses. A l'opposé, des destinations telles que la France ou les États-Unis, prennent la tête des pays les plus visités au monde (DEHOORNE O., SAFFACHE P., TATAI C., 2008). C'est également une phase caractérisée par la mise en place de nouvelles formes de tourisme, vu comme une alternative au tourisme de masse, de nouveaux produits à l'image de l'évolution de nos sociétés. On voit apparaître un tourisme plus solidaire, durable, écologique, équitable, ou éthique. Ces nouveaux modes de vacances ne sont encore que fortement minoritaires à l'échelle mondiale mais prennent de l'ampleur au sein des sociétés occidentales en recherche de consommations plus responsables. Il reste donc une marge de progression assez large pour le développement de ces types de tourisms en récupérant les voyageurs insatisfaits du tourisme de masse.

Les nouvelles formes de tourisme sont très nombreuses et variées. Nous ne visons donc pas à en établir une liste exhaustive mais plutôt à en présenter quelques-unes, illustratrices des changements de mode de fonctionnement de nos sociétés.

Le tourisme rural, par exemple, va mettre l'accent sur la découverte d'un terroir en toute simplicité et convivialité via, par exemple, l'hébergement en chambres d'hôtes. Ce mode de vacances s'effectue dans un rayon relativement proche du domicile. Il est, par exemple, très courant en France, pays riche de différentes régions et donc de différents terroirs.

Une de ces nouvelles formes les plus réputées est celle du tourisme durable. Cette forme de tourisme est vue comme plus protectrice de l'environnement, plus équitable économiquement, et plus respectueuse des populations locales. L'OMT le définit comme :

« le développement touristique durable satisfait des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes vivants ». Certains auteurs ajoutent que le tourisme durable n'est pas une contrainte mais plutôt le fait de voyager autrement, à un autre rythme.

L'écotourisme va privilégier les zones respectant l'environnement et la biodiversité mais également les conditions de vie des populations locales. Il est défini comme une forme de tourisme visant à ne pas avoir d'impacts négatifs sur l'environnement mais également à contribuer à la protection de celui-ci. Ce mode touristique est pas exemple très répandu au Costa Rica, en ayant même fait son image de marque.

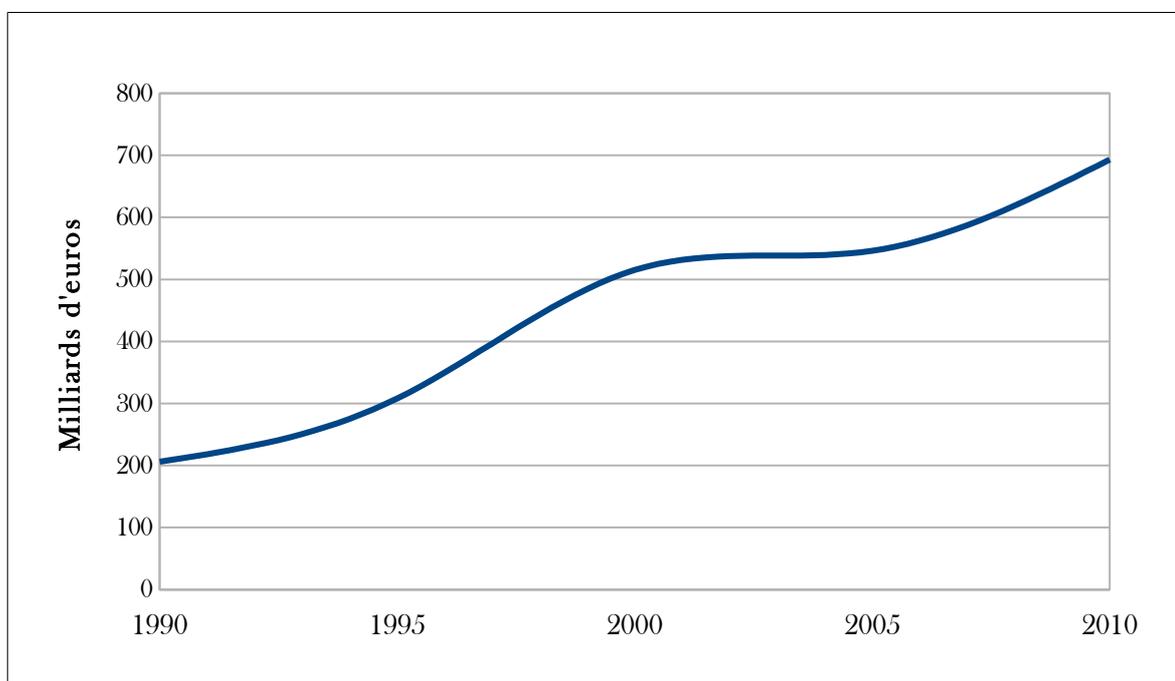
Il est cependant nécessaire que les groupes de voyageurs ne soient pas trop nombreux. La gestion de flux massif induits par le tourisme de masse n'est donc pas possible dans un tel mode de voyage. Les quelques formes de tourisme présentées ici nous prouvent donc que les touristes ne recherchent plus uniquement la détente, ils cherchent à avoir des vacances différentes de leur quotidien et de monsieur-tout-le-monde. Ils veulent être novateurs.

Une autre variante de ce tourisme durable est celle du tourisme équitable. Celui-ci vise à réduire l'écart entre les dépenses effectuées par les touristes et les rentrées financières du tourisme perçues par les populations locales. Pour ce faire, il est indispensable de réduire au maximum les intermédiaires. On constate également régulièrement que les populations d'accueil se regroupent en coopérative de manière à assurer correctement une bonne gouvernance communautaire.

Dans les autres nouveautés touristiques, il existe aussi des formes telles que l'écovolontariat ou le tourisme participatif. On commence également à parler de tourisme culturel. Dans ce dernier cas, l'objectif est de mieux connaître les modes de vies et les traditions via l'échange interculturel. Cette forme de tourisme est, par exemple, illustrée par des émissions telles que « Rendez-vous en terre inconnue ».

### ***1.3.3. Impact mondial du tourisme***

Sur le plan économique, la croissance du tourisme est également impressionnante. Comme l'illustre la figure 3, les recettes mondiales du tourisme ont plus que triplé en vingt ans en passant de 206 milliards d'euros en 1990 à 693 milliards d'euros en 2010. De plus ces recettes ne comprennent que les dépenses directes liées au tourisme. À ceci, il faut ajouter les effets indirects et les effets induits. Les premiers concernent par exemple les dépenses faites par une compagnie d'approvisionnement afin de fournir biens ou services à quelque compagnie touristique. Les seconds concernent les dépenses pouvant être faites grâce, par exemple, aux salaires des employés des sociétés hôtelières, de transports, ...



**Figure 3 : Évolution des recettes mondiales du tourisme**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.**  
**Sources des données : (OMT, 2013)**

*La figure compile les dépenses faites par les touristes intérieurs ou étrangers depuis les années 1990. La courbe a connu une petite stabilisation entre 2000 et 2005 avant de se remettre à croître.*

Le tourisme représente également une grande part des échanges internationaux. En effet, en 2010, les recettes d'exportations de biens ou de services touristiques

correspondaient à 1,093 milliards de dollars soit environ 30 % des exportations mondiales. Le secteur touristique génère également 9 % du PNB mondial et environ 235 millions d'emplois représentant de la sorte presque 8 % de la force de travail mondiale (OMT, 2001).

On observe sur la figure 3 que, en moins de 10 ans, les recettes mondiales du tourisme avaient déjà doublées. Nous pouvons également noter ici que ces recettes ne prennent en compte que le tourisme international. Ce chiffre pourrait être considérablement augmenté si nous prenions en compte les séjours touristiques d'individus au sein même de leur propre pays pour un week-end ou plus.

#### ***1.3.4. Distinction tourisme - loisirs - voyage***

Malheureusement, le tourisme aujourd'hui, pour la plupart de ses adeptes, se résume encore aux loisirs, aux voyages et à la détente. Pour la majorité de ceux-ci, faire du tourisme est synonyme de partir en vacances. De manière à pallier ce problème, des chercheurs ont établi quatre fondements à l'industrie touristique : jouer, découvrir, se reposer, et acheter (CERIANI-SEBREGONDI G. et al., 2008). En se référant à ces fondements, il reste cependant difficile de faire la distinction entre tourisme et loisirs. Georges Cazes apporta alors quelques précisions : ce qui différencie les deux, c'est le déplacement. Le loisir est un déplacement au sein de l'espace du quotidien alors que le tourisme est un déplacement hors de l'espace du quotidien avec un éloignement de l'individu de son habitat habituel. Il est donc clair qu'on ne peut définir le tourisme par l'individu. Le concept est devenu à la fois activité humaine et appareil technoéconomique. Ce qui différencie le tourisme du loisir est alors surtout la distance. Le tourisme, contrairement au loisir, se fait hors de l'espace du quotidien. Le loisir fait partie intégrante de la vie quotidienne des individus, il est l'occupation principale de nos temps libres. La majorité de la population, mais principalement dans les sociétés occidentales, possède une activité en dehors de l'école ou du travail.

Il est ensuite utile de faire une distinction entre le tourisme et le voyage. Jean-Didier Urbain nous dit que si le voyageur peut devenir touriste, c'est rarement le cas contraire. En effet, le voyage se définit principalement par le déplacement alors que le tourisme se définit par sa destination (même si le déplacement est pris en compte dans la

définition). Le touriste rationalise son voyage pour passer le moins de temps possible en mode transport quand le but du voyageur est justement ce transport. De plus, on peut également parfois parler de voyage intérieur, dit imaginaire. L'individu passe alors d'un état précis à un autre sans pour autant observer de déplacement physique (J-D. URBAIN, 2002). D'autres auteurs annoncent que la distinction entre touriste et voyageur est plus délicate, qu'il faut remonter aux origines, à l'évolution, et aux comportements de chacun des mots. Ils indiquent par exemple que le mot voyage est souvent usité par des auteurs élitistes alors le terme de tourisme est régulièrement dénigré. Bertrand Lévy propose deux définitions du voyage ayant cours au sein de la géographie. La première tient de la géographie humaniste. Le voyage est défini comme « *un processus qui unit la personne au monde à travers un déplacement, et qui procure un surcroît de sens au voyageur et au monde rencontré* ». Le voyage doit lors apporter quelque-chose intérieurement à la personne qui le vit. La seconde définition tient plus de la géographie behavioriste. Le voyage y est défini comme « *un processus qui forme un tout, qui a un but, qui est décrit en terme de coût, de temps, de distance, de routes, d'événements, et de stimuli rencontrés le long du chemin* ». Le voyageur opère alors une rupture avec le rythme de son quotidien (LEVY B., 2004). On constate donc que cette différenciation entre le tourisme et le voyage n'est pas aussi aisée à poser qu'entre le tourisme et le loisir. En croisant ces différentes définitions, on peut alors noter que dans le cas du voyageur, son voyage doit pouvoir l'avoir élevé intérieurement, ce qui n'est pas le cas pour le touriste.

Dans le cas précis de cette thèse, il est d'autant plus difficile de faire la distinction entre le touriste et le voyageur car le lieu d'hébergement lui-même se déplace et c'est cette caractéristique qui fait le succès de la croisière. Doit-on alors la placer plus vers le tourisme ou vers le voyage ? Pour cela, les chapitres suivants, abordant les origines de la croisière et son évolution, permettront de mieux comprendre ses spécificités.

#### **I.4. Approche géographique du tourisme**

La géographie possède un cadre méthodologique et conceptuel qui lui est propre. Ce sous-chapitre vise donc à voir comme ce cadre peut s'adapter à l'étude du tourisme et plus particulièrement de la croisière.

##### ***I.4.1. Géographie et approche du tourisme***

Les différentes disciplines des sciences humaines ont permis, par leur propre approche dans l'étude du tourisme, d'enrichir les connaissances sur celui-ci. Certains auteurs vont même converger dans l'idée qu'il faut distancier le tourisme de l'économie touristique, car elle justifie le secteur mais sans en expliquer le fondement et les conséquences. Cependant, certains scientifiques en ont oublié l'élément fondateur et substrat du tourisme : l'espace. C'est dans l'optique de combler un manque scientifique au sein de l'étude du tourisme que les géographes vont prendre de l'importance. En effet, la spécificité de l'approche géographique repose sur cinq critères permettant alors de voir le tourisme dans son ensemble. L'approche géographique est spatiale, anthropocentrique, pluri-scalaire, mais surtout systémique et dynamique. Le premier critère définit l'objet même de la géographie, à savoir, l'espace. En effet celle-ci est, peu importe son sujet d'étude, basée sur l'espace et l'organisation du territoire. Le second critère la définit comme anthropocentrique. Elle va donc étudier l'impact ou l'influence de l'homme sur ce même territoire, elle tente de comprendre comment il l'organise. Le troisième critère décrit la géographie comme pluri-scalaire. Elle envisage donc l'objet d'étude à différentes échelles de manière simultanée. Le quatrième critère, l'approche systémique, permet à la géographie d'analyser les faits de manière globale, et non de manière isolée, de sorte que chacun fait partie intégrante d'un ensemble dont chaque composante est dans une relation de dépendance réciproque avec les autres. Enfin, le dernier critère, l'approche dynamique permet de tenir compte des évolutions dans le temps. Il est par exemple nécessaire pour étudier l'impact de l'homme sur un espace donné de pouvoir analyser la situation à un temps A et à un temps B.

Malheureusement, les géographes doivent quand même faire face à quelques difficultés : ils doivent prendre en compte la multiplicité des phénomènes : équipements, acteurs, actions, événements, déplacements, ... Ils s'avèrent donc comme certains des

scientifiques les mieux placés pour étudier le tourisme en prenant en compte le maximum de ses facettes.

La figure ci-dessous nous illustre l'approche systémique du tourisme faite par les géographes. Ceux-ci vont donc combiner leurs connaissances politiques, économiques, sociales, écologiques et technologiques pour expliquer le fonctionnement du système via les relations entre sujet et objet. Cette approche peut s'appliquer à des objets d'études généraux comme plus précis ou localisés. Il s'agit surtout de rester centré sur le système et de l'expliquer par ses différents environnements.

Multiple-facettes, la géographie a toujours suivi une évolution rapide. Principalement quantitative et hypothético-déductive dans les années 1960, elle s'orienta ensuite majoritairement vers les perceptions et représentations de l'espace dans les années 1970, pour ensuite devenir plutôt une géographie du bien-être et de l'aménagement dans les années 1980. Avec ces changements d'orientation constant, il en vient à se poser la question d'à quoi peut bien servir la géographie. Pour Antoine Bailly (1984), la géographie, « *c'est une manière de lire et d'interpréter le système monde et son organisation, c'est élucider les forces complexes qui favorisent l'évolution des pratiques humaines dans l'espace par des approches différentes* » (BAILLY A. S. , 1984). Les géographes, en passant par différentes approches, sont donc devenus habiles à faire la synthèse de nombreux facteurs de causalité. Leur faculté à synthétiser de grandes quantités d'informations variées, provenant de perspectives disciplinaires diverses, leur a permis d'être parmi les auteurs les plus prolifiques sur le tourisme. Ils sont les plus aptes à aider à comprendre les conséquences du fait touristique sur un espace donné de par les cinq caractéristiques de leur approche (LOZATO-GIOTART JP., 2008). La géographie est même définie plus communément comme « *une science qui a pour objet l'organisation de l'espace par les sociétés humaines* » (LE PETIT LAROUSSE, 2012).

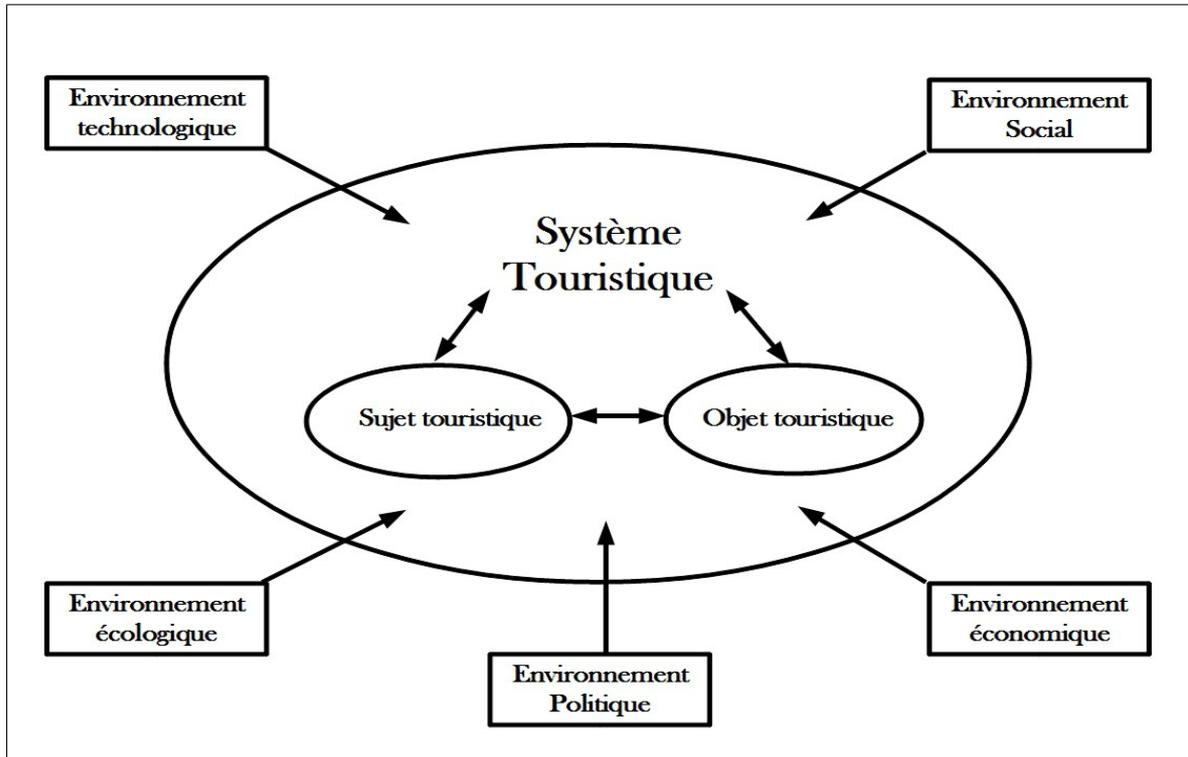


Figure 4 : L'approche systémique du tourisme  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2013.  
 D'après (LOZATO-GIOTART JP., 2008), p 278.

*La figure illustre l'approche systémique appliquée au tourisme présentée par Lozato-Giotart. Cette approche permet de combiner les facteurs venant de différents environnements : social, technologique, écologique, politique et économique.*

L'attrait de la géographie dans l'étude du tourisme repose donc sur le fait que celui-ci est une activité économique, en constante croissance, mais est également un objet géographique car il s'inscrit dans des espaces qu'il modifie profondément. Cependant, faire de la « géographie du tourisme » donne une image peu sérieuse du scientifique. Comment travailler dans un lieu normalement voué à la détente et aux plaisirs ? Malgré cet aspect des choses, les scientifiques s'étant attelés à l'étude du tourisme ont tous indiqué que l'espace touristique reste un système ouvert extrêmement complexe dont on n'a entrevu jusqu'à présent que les composantes principales liées aux flux massifs. L'approche systémique du géographe ne cherche donc pas à savoir ce qui est vrai ou ce qui ne l'est pas, mais cherche à comprendre comment l'objet de l'étude fonctionne (LAZZAROTTI O., 1994).

### ***1.4.2. Géographie du tourisme***

L'attrait des géographes pour ce secteur s'est principalement fait sur la recherche des facteurs du développement rapide du tourisme dans le monde entier, mais surtout sur ses liens avec le milieu géographique. La richesse et la complexité de la géographie du tourisme ont suscité de nombreuses recherches allant dans toutes les directions, car les facteurs géographiques jouent un rôle indispensable dans le développement du tourisme que ce soit au niveau des ressources, de la localisation des foyers touristiques, des flux de fréquentations, de la typologie des espaces, ou encore des politiques d'aménagement. (LOZATO-GIOTART JP., 2008).

La majorité des études ne se sont cependant focalisées que sur trois champs prioritaires : la répartition du tourisme, les acteurs du tourisme, et les impacts du tourisme.

Le premier champ se concentre principalement sur les foyers et les flux de touristes à l'échelle mondiale, régionale ou locale. C'est le domaine traditionnel d'étude des géographes, dont l'objectif premier est l'analyse et l'interprétation des distributions du tourisme à travers le monde. Jean-Christophe Gay s'attacha par exemple à étudier la diffusion spatiale des pratiques et des lieux du tourisme. Jean-Pierre Lozato-Giotart se concentra sur les facteurs explicatifs du développement touristique et sur la diffusion de celui-ci à travers les différentes civilisations de même que sur la typologie du tourisme.

Le second champ concerne le système touristique et ses acteurs. En parallèle au premier champ essentiellement spatial, le deuxième analyse les acteurs participant à la construction de l'objet « tourisme », de même que les relations existantes entre ceux-ci. Cependant, pour ne pas basculer dans une approche purement sociologique, il convient de veiller à s'attacher aux stratégies spatiales et à l'image ou représentations des objets. Philippe Duhamel étudia par exemple les représentations des espaces, tandis que Rémy Knafou se focalisa plus sur le lien entre tourisme et mémoire et sur la place du tourisme dans nos sociétés contemporaines.

Le troisième champ concerne lui les potentialités et impacts du développement touristique. L'espace n'y est pas vu comme un support mais comme un objet à part entière. Ce champ fut peu étudié de manière globale. Les recherches effectuées le furent à une échelle régionale avec par exemple l'étude d'impact du développement balnéaire sur

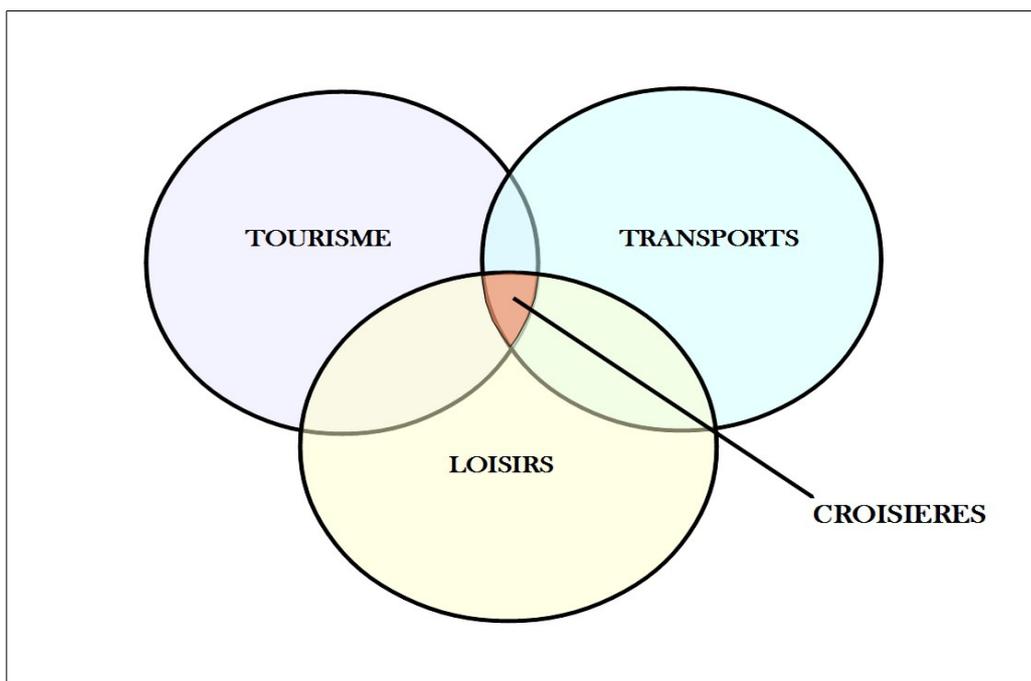
l'environnement physique propre aux littoraux ou l'impact des stations hivernales sur le développement des villages alpins dû à la saisonnalité touristique.

Le champ touristique ayant été admis plus tôt comme un objet d'étude à part entière dans les universités américaines, la littérature anglophone fut alors plus précoce et plus prolifique que la littérature académique francophone. Cependant, dans l'optique de garder une approche cohérente et pouvant s'inscrire dans les domaines de recherches universitaires francophones, ce sont les conceptualisations et définitions des écrits français qui ont été ici retenues. Notons quand même que plusieurs de ceux-ci reposent sur des œuvres anglophones les précédant.

### **I.5. Croisière, tourisme et géographie**

La spécificité principale de la croisière est de promouvoir le séjour comme un hôtel se déplaçant de destination en destination sans que le touriste ne subisse les désagréments du circuit touristique habituellement effectué en autocar, ce qui en fait est un objet d'étude complexe et pouvant être abordé par de nombreuses disciplines.

En effet, comme l'illustre la figure 5, la croisière se trouve à l'intersection de trois secteurs : le tourisme, le transport, et les loisirs. Elle est concernée par le premier grâce à l'ensemble des services proposés aux touristes pour participer à la récréation de ceux-ci durant leur séjour. Elle se rapporte au deuxième par le transport de passagers de port en port. Et enfin, elle se rapproche du dernier par les activités et animations à bord permettant d'occuper les croisiéristes (GRENIER A.A., 2008). Le loisir se distingue du tourisme car il agit au sein de l'espace du quotidien alors que le tourisme doit être identifier par un déplacement hors de l'espace du quotidien.



**Figure 5 : La croisière, à l'intersection entre transport, tourisme et loisirs**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.  
D'après (GRENIER A.A., 2008)

*Cette figure est une retranscription exacte de celle présentée par Grenier illustrant la multiplicité des influences ayant conduit à la construction de la croisière telle que connue aujourd'hui. La distinction entre loisir se fait sur le lieu du déplacement.*

### **I.5.1. Croisière et transport**

La croisière fait partiellement partie du secteur des transports par le transport maritime de passagers. Autrefois paquebots de ligne pour le transport de passagers à travers le monde, les navires d'aujourd'hui sont devenus de vrais hôtels flottants en offrant cabines, restaurants mais également toutes les animations pouvant répondre aux besoins des croisiéristes.

La croisière se distingue encore aujourd'hui du simple tourisme par cette vocation de mobilité à travers les différents bassins mais également entre les diverses régions du monde. Elle s'est cependant adaptée en pratiquant actuellement plutôt du cabotage maritime que du transport en pleine mer et formant le plus souvent des circuits fermés en revenant à leur port de départ. Dans une optique plus linéaire, il est aisé de citer les

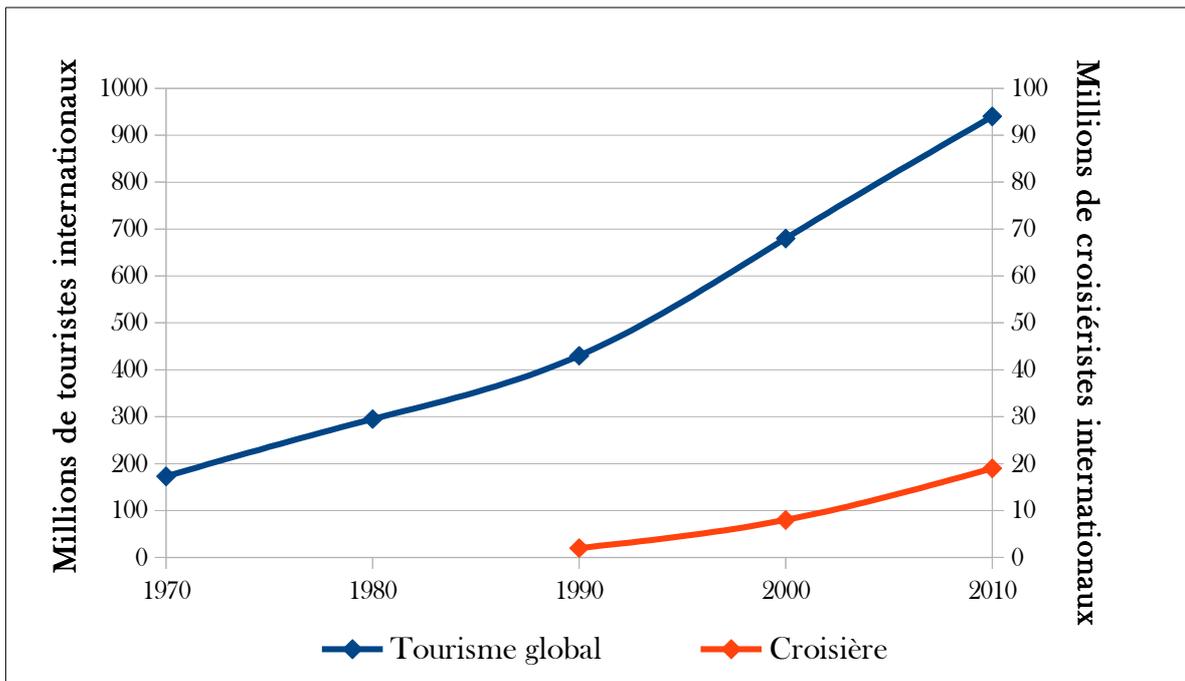
croisières fluviales que ce soit sur des fleuves, des rivières, ou des canaux, mais ceci se rapporte moins à l'objectif de cette étude. La croisière fait donc partie de l'industrie portuaire même si les politiques de développement y sont plus complexes que dans le transport de conteneurs par exemple. Ceci pose notamment la problématique de nouveaux modes de gestion, différents de ceux nécessaires pour le trafic de conteneurs ou pour le transport de vrac.

C'est cependant cette particularité de voyager dans son hôtel qui est mise en avant dans le choix de leurs vacances par les passagers effectuant leur première croisière. Cet élément est également cité par les individus n'ayant jamais effectué de voyage d'agrément en mer. Le transport reste donc la première spécificité de la croisière permettant de nombreuses possibilités de destinations en un seul séjour. Certaines compagnies vont jusqu'à promouvoir leur séjour en faisant appel au prestige et la qualité des voyages transatlantiques comme le fait la Cunard avec son Queen Mary. L'attrait est alors non mis sur les escales mais sur le prestige du navire, son atmosphère et ses services de première qualité à bord.

### ***1.5.2. Croisière et tourisme***

Comme l'illustre la figure 6, sur l'ensemble du secteur touristique mondial, la croisière ne représente pas dans l'absolu beaucoup de touristes mais son taux de croissance pour un même laps de temps est largement supérieur à celui du tourisme global.

Constamment en croissance, la croisière s'intègre au monde touristique mais s'en distingue également par ses particularités. Son taux de croissance moyen de 1980 à 2007 est de 7,4 % alors le taux de croissance moyen du tourisme général stagne actuellement entre 3 et 4 % (OMT, 2011). En effet, quand le marché du tourisme de masse commence à stagner, la croisière ne cesse d'innover que ce soit sur les destinations qu'elle propose ou tout simplement sur la diversité de ses produits. De plus, centré à l'origine sur un marché précis, le secteur s'est étendu à d'autres régions et garde encore de belles marges de progression. Celles-ci seront abordées dans le chapitre suivant.



**Figure 6 : La croisière au sein du tourisme**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.  
 Sources des données : (GRENIER A.A., 2008), (OMT, 2013)

*Ce graphe à double axe illustre d'une part l'évolution du tourisme via le nombre de touristes internationaux exprimés en millions et d'autre part l'évolution du marché des croisières via le nombre de croisiéristes exprimés également en millions.*

On observe ici à la figure 6 que si le nombre de touristes a doublé entre 1990 et 2010, il a été multiplié par vingt pour le nombre de croisiéristes. Jusqu'aux années 1980, la croisière était un mode de vacances réservé à une élite mais la mondialisation grandissante et l'augmentation de l'offre via l'augmentation de la capacité des navires permet d'accroître ce secteur.

### ***1.5.3. Croisière et loisirs***

Le concept de *Fun Ship*, tel qu'élaboré par Ted Arison, patron du groupe Carnival, n'est pas encore diffusé de manière uniforme entre les différents bassins récepteurs. Ce concept conçoit le navire comme un parc d'attraction. Une fois à bord, tout doit être mis en place pour que le passager ne puisse pas s'ennuyer. Cependant, même s'il n'est pas encore répandu partout, ce concept est la principale tendance du secteur pour les années 2010. En

effet, les paquebots du XXI<sup>e</sup> siècle sont construits avec cette optique de divertir les passagers à bord. Chaque jour, ceux-ci reçoivent un journal de bord reprenant l'ensemble des animations proposées. Elles sont diverses et variées : théâtre, cinéma et spectacle en soirée ; des séances de lectures, des conférences et des présentations de villes d'escales par des professionnels ; des salles d'arcades, de jeux vidéo, des locaux informatiques, des casinos ; des discothèques, des bars, des salles de bal ; des restaurants gastronomiques ou non ; des piscines, des toboggans, des tremplins ; des salles de sport, des cours de fitness, des murs d'escalade ; des spas, des soins thermaux, des coiffeurs, des salons de massages, ... ; et une autre foule d'activités imaginables...

À cette gamme d'activités proposées viennent s'ajouter divers services pouvant être proposés de manière à satisfaire au mieux leur clientèle.

#### **I.5.4. Croisière et recherche scientifique**

Innovante, active, et reflet de la mondialisation, l'industrie des croisières modèle les lieux et les objets à la mesure de ses envies. Elle constitue de la sorte un objet d'étude riche, complexe mais relativement peu exploré par l'univers académique. Les références bibliographiques datant d'avant les années 2000 ne s'élèvent qu'à une trentaine. De plus, c'est généralement sous l'angle économique que la croisière a été étudiée (DEHOORNE O., PETIT-CHARLES N., 2011).

La *Cruise Research Society*, fondée en 2000, a tenté de répertorier l'ensemble des publications académiques sur la croisière et les a résumées dans la figure 6. Comme elle l'illustre clairement, la part des études économiques et de management domine largement le secteur avec 80 % jusqu'à 1989, 70 % dans les années 1990 et 76 % dans les années 2000. Concernant l'aspect géographique, les écrits ayant un lien avec l'environnement ou la géographie ont seulement atteint 12 % dans les années 2000. Or au sein de ceux-ci, la plupart concerne des études d'impacts environnementaux et donc pas forcément des études spatiales.

Le premier numéro spécial d'une revue exclusivement consacrée à la croisière remonte à 1996 au sein du « *Journal of Tourism Studies* ». Les premiers écrits ayant un impact ou une valeur significative datent également de cette même période. Malheureusement, les études ne concernent le plus souvent qu'une seule facette du secteur des croisières. Pour l'aspect économique, on peut noter comme auteurs clés Douglas et

Douglas en 1996 ainsi que Dwyer et Forsyth en 1996. Certains se sont plus spécialement focalisé sur le marketing et le management des croisières tels que Douglas en 1996, Teye et Leclerc en 1998, ou Wood en 2000. On peut également citer Wild réalisant des études d'impact économique pour les ports ou les compagnies de croisières ou Peisley publiant un rapport annuel extrêmement coûteux. Pour l'aspect environnemental, Ritter et Schaffer en 1998, de même que Wood en 2000 ont contribué à améliorer les connaissances concernant les impacts environnementaux que peuvent avoir ces énormes paquebots sur la nature. Sur le plan sociologique, plusieurs auteurs se sont accordé à comprendre les relations pouvant exister entre passagers, membres d'équipages, et acteurs extérieurs à bord des navires. On peut y dénommer Douglas et Douglas en 1999, Graburn en 2001, Yarnal en 2004, et Petrick en 2004. D'autres études innovantes peuvent également être citées ici telles que celle de Weaver en 2005 analysant la Disneyfication de la croisière, celles de Wilkinson en 1999 et Jaakson en 2004 sur les diverses répercussions du secteur, ...

Parallèlement à ces études, des auteurs se sont lancé dans des approches plus globales de la croisière via notamment l'écriture de livres dont chaque chapitre aborde une facette donnée. On y note par exemple Vladimir et Dickinson en 1996 avec « *Selling the sea : an inside look to the cruise industry* », Mancini en 2004 avec « *Cruising : a guide to the cruise line industry* », Gibson en 2006 avec « *Cruise Operation Management* », et « *Cruise Ship Tourism* » en 2006, ouvrage collaboratif rassemblant 50 auteurs sous la direction de Dowling.

On constate aisément que la grande majorité des écrits sur la croisière provient d'auteurs anglophones. Du côté francophone, les auteurs sont moins nombreux et ne recouvrent alors pas l'ensemble du système. Ils se sont principalement focalisé sur l'épidémiologie en prenant le paquebot de croisière comme lieu d'expérimentation, ou sur les conséquences environnementales sur les océans et les littoraux, ... Les écrits majeurs publiés par des auteurs francophones sur l'industrie de la croisière en tant que telle se concentrent sur les Caraïbes ou sur la côte Est canadienne (auteurs québécois).

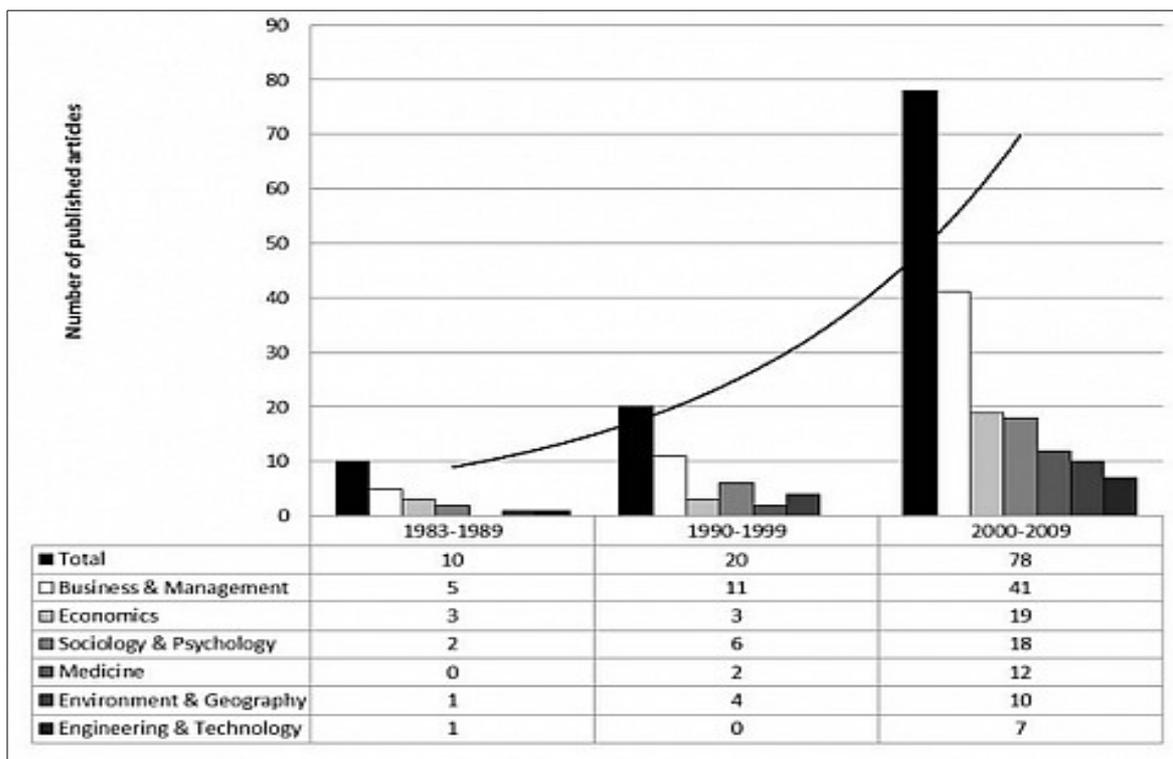


Figure 7 : État de la littérature académique sur l'industrie des croisières  
 Source : (CRUISE RESEARCH SOCIETY, 2013)

Cette figure est extraite du site internet de la Cruise Research Society et présente l'évolution et la répartition des publications scientifiques (majoritairement anglophones) relatives à la croisière

En dépit de leur importance économique croissante pour les régions d'accueil, les croisières jusqu'au début des années 2000, occupent une place très limitée, voire inexistante, dans les ouvrages de géographie des transports maritimes ou du tourisme, et la littérature géographique spécialisée sur ce secteur, encore très peu abondante, est exclusivement axée sur le marché nord-américain (CHARLIER J., 1996). Jacques Charlier fut un des pionniers dans la recherche géographique des croisières. Il publia plusieurs articles et ouvrages sur le secteur entre 1995 et 2001. Il y aborda entre autre la géographie mondiale et régionale de la croisière, les changements de saisonnalité du secteur, les paysages marins, les stratégies de développement, le développement de mini-croisières en relation avec les ferries, ... Il fut également acteur sur la scène internationale grâce à des interventions ou des comptes rendus de conférences au sein de la littérature spécialisée.

Mais on peut également citer Marti qui introduisit la géographie dans les études sur la croisière, ce cependant focalisé sur les Caraïbes. (MARTI B., 1996)

### ***1.5.5. Définition de la croisière***

La croisière se déploie dans un monde sans frontières. Il est très difficile de trouver des statistiques complètes sur le sujet car il n'existait jusqu'à l'an 2013 aucun organisme mondial. Seules existaient des associations de compagnies ou des sociétés privées telles que la CLIA (*Cruise Line International Association*) pour l'Amérique, la PSA (*Passenger Shipping Association*) principalement pour l'Angleterre mais également pour une partie de l'Europe et GP Wild pour le reste du monde. On peut également noter l'IAATO (*International Association Austral Tourism Organization*) rassemblant des statistiques sur le tourisme polaire austral dont certains en croisière (GRENIER A.A., 2008). Tout récemment, la CLIA, principalement localisée aux États-Unis, a fusionné avec les conseils locaux tels que l'ECC (*European Cruise Council*), pour permettre d'avoir un interlocuteur plus puissant et représentatif d'un maximum d'acteurs sur la scène internationale. On peut alors espérer, dans un futur proche, obtenir une uniformisation des statistiques. Il reste cependant que chaque niveau d'acteurs a son propre niveau de la CLIA. L'ECC devient CLIA Europe alors que l'AFCC devient CLIA France, ... D'autres associations locales gardent cependant leur indépendance telles que l'Atlantic Alliance (réseau de ports de croisières de la façade atlantique du continent européen)

Néanmoins, une définition de la croisière commune à tous ces organismes a été construite par l'OMT :

« *La croisière se définit comme un séjour plus ou moins long de deux nuits au minimum, à bord d'un navire de cinquante passagers au minimum qui offre l'hébergement, le couvert et parfois d'autres activités. Celui-ci parcourt un itinéraire bouclé ou ouvert, embarque ses passagers dans un ou plusieurs ports et effectue des escales de transit. La croisière est alors qualifiée de maritime et d'internationale.* »

La définition de la croisière compte donc cinq éléments : le nombre de nuitées, conformément à la définition du tourisme global ; le nombre de passagers permettant alors de faire la distinction entre la navigation de plaisance et la navigation de croisière ; les

offres à bord permettant de faire la distinction entre la croisière et le transport maritime de passagers ; les itinéraires pouvant être bouclés ou ouverts et présentant un certain nombre d'escale (très peu dans le cas d'itinéraires de repositionnement) ; et enfin l'embarquement/débarquement des passagers pouvant se faire dans des ports divers selon le type d'itinéraires ou même simplement la compagnie. Il apparaît donc clairement que la croisière traitée ici sera exclusivement maritime même si le développement des croisières fluviales est actuellement également en plein essor. L'OMT définit la croisière maritime également comme internationale ce qui est le plus souvent le cas mais pas toujours. Il peut arriver qu'un itinéraire donné ne se fasse que sur les côtes d'un seul pays comme le long des côtes norvégiennes ou en Alaska.

Dans un monde de plus en plus mondialisé, la croisière s'impose comme un mode de vacances pouvant s'adapter au gré des envies. La géographie peut permettre de mieux la comprendre, quelle qu'en soit l'échelle d'analyse. En effet, la croisière ne produit pas les mêmes effets selon le niveau d'étude choisi.

À l'échelle mondiale, elle s'analyse selon les interactions entre les différentes régions et de la sorte met en exergue leur complémentarité.

À l'échelle régionale, elle met en avant différents circuits s'emboîtant les uns dans les autres agissant en « *coopétition* ». La coopétition est un terme hybride forgé à partir des mots coopération et compétition. Elle peut être définie comme une coopération opportuniste entre différents acteurs économiques qui par ailleurs sont compétiteurs. Le terme est devenu courant en gestion et marketing. Elle correspond à une collaboration entre acteurs en compétition sur un même marché dans le but de faire face à des acteurs en compétition sur le même secteur ou d'autres catégories d'acteurs. Elle se met en place grâce à des stratégies gagnant-gagnant permettant de faire des économies d'échelle et de partager les risques (LAVAUD-LETILLEUL V., 2007).

Enfin à une échelle locale, elle influe sur la gestion des flux et l'aménagement du territoire. L'approche géographique, par définition pluri-scalaire, permet donc de combiner ces différents niveaux d'analyse pour obtenir une vue globale du fonctionnement du système croisière et de ses répercussions.

## **I.6. Conclusions**

Le fil conducteur de ce chapitre nous a donc amené par une approche en entonnoir à poser le contexte scientifique de notre étude et les liens pouvant exister entre tourisme et croisière.

La première section a présenté l'approche scientifique et les fondements d'une science touristique. Il fallut en effet attendre les années 1970 pour que les chercheurs universitaires commencent à s'intéresser au tourisme même si les études étaient essentiellement disciplinaires et fragmentées, et tentaient peu souvent d'aborder le sujet par une approche globalisée. Le tourisme restera un sujet d'étude inépuisable tant ses innovations sont fréquentes et sa zone d'influence mondiale. Il est toujours possible de modifier les zones d'études ou d'approfondir la recherche sur les nouvelles formes de tourisme,...

La deuxième section s'est focalisée sur la définition du tourisme et sur les principales lignes de son développement. La croisière étant un secteur touristique, il est important de comprendre le développement du secteur. Pour cela, nous avons étudié le développement du tourisme mais aussi l'impact du tourisme au niveau mondial. Nous avons également, dans cette section, posé la distinction entre le tourisme, le voyage et les loisirs.

La troisième section a été centrée sur l'angle d'approche géographique du tourisme. La géographie fut une des premières à voir le tourisme de manière globalisée par ses particularités spatiales et systémiques. La géographie a donc toujours joué un rôle prépondérant dans l'étude scientifique du tourisme. Elle permet une approche globalisée en allant à la rencontre des autres disciplines des sciences sociales. Elle marque de la sorte l'emprise du tourisme sur l'espace, les acteurs et l'environnement.

Enfin la dernière section a placé l'étude de la croisière au sein des recherches académiques et du tourisme. Les liens entre croisière, transport, tourisme et loisirs ont été détaillés et un état de la littérature académique relative à la croisière fut présenté. La croisière, même si peu spatialement ancrée, joue sur les flux et les foyers de développement touristique. Par ses origines, elle devient un sujet d'étude privilégié des approches interdisciplinaires. La géographie, par son critère pluri-scalaire, permet de comprendre l'articulation entre les différentes composantes du système croisière.



## **Chapitre II**

# **ÉVOLUTION DE LA CROISIÈRE DE SES PRÉMISSSES À AUJOURD'HUI**

### **II.1. Introduction**

À la croisée entre tourisme et transports, la croisière a tiré avantage de l'un comme de l'autre. Elle puisa son origine d'abord dans le transport, et suite à la popularisation des vacances, elle évolua et s'adapta ensuite dans une optique touristique. C'est en analysant l'évolution de croisière que l'on peut mieux comprendre sa répartition géographique et son impact spatial.

Afin de comprendre l'évolution de la croisière et sa position actuelle dans le monde, il est utile de distinguer trois phases dans la construction du produit « croisière ». La première est celle qui trace les prémisses de la navigation d'agrément et l'émergence du système de croisière, c'est la phase la plus longue. La seconde est la phase de croissance qui trace l'explosion progressive de la demande et l'évolution des représentations de la croisière. La troisième retrace les tendances de ces dix dernières années et les pistes d'évolution futures.

Ce chapitre se présentera en deux sections. La première section présente les origines de la croisière, que ce soit au sein du tourisme ou du transport, ainsi que son évolution jusqu'aux années 1970, ce qui représente la première phase de la construction du produit croisière. La seconde section présentera les deux phases suivantes.

La figure ci-dessous récapitule ces trois phases mais les positionnent également par rapport à quelques événements notables et par rapport à la phase d'apparition du tourisme de manière générale. On y constate alors que la croisière est surtout un phénomène du XX<sup>e</sup> et du XXI<sup>e</sup> siècle.

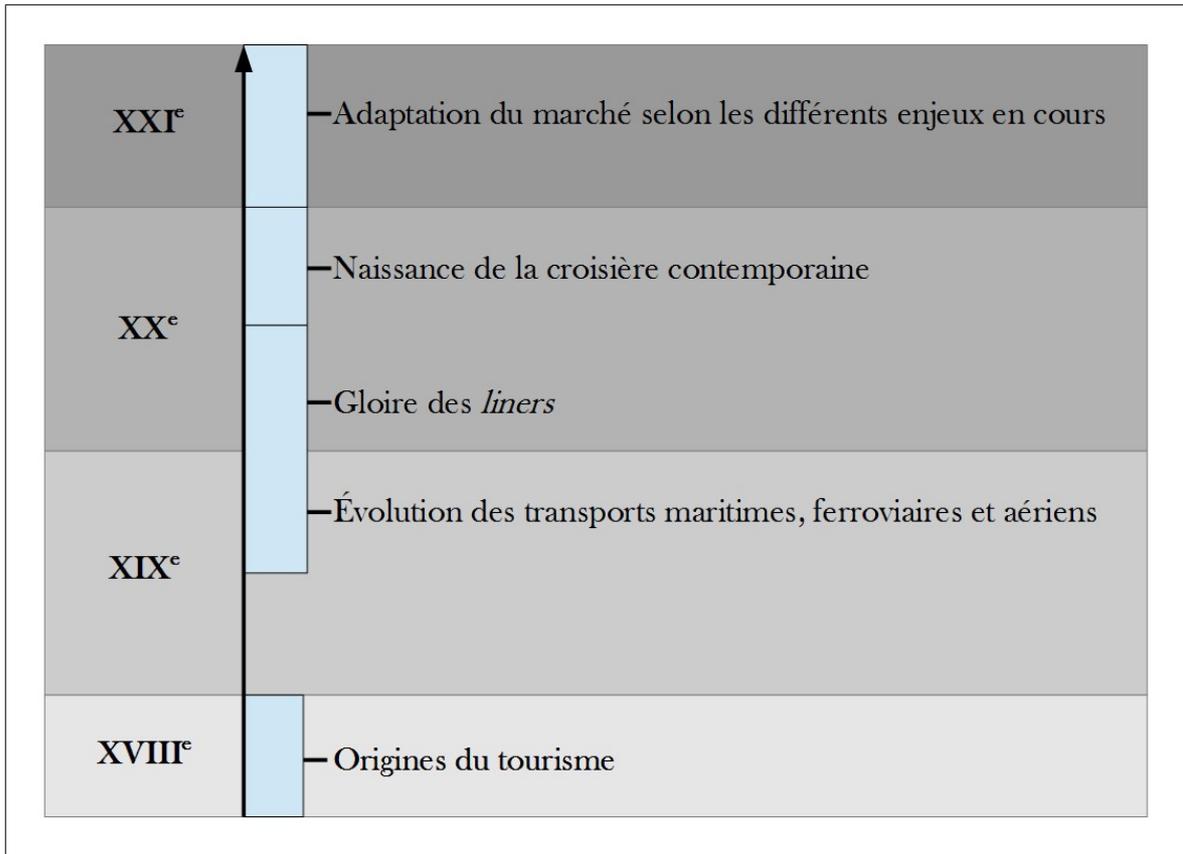


Figure 8 : Ligne du temps récapitulative des événements clés dans l'histoire de la croisière  
Réalisation : Furlanetto G. - CIRTAI-IDEES, 2013.

La figure illustre les grandes lignes de l'histoire de la croisière. Chaque nuance de gris symbolise un siècle. Les zones bleues sont représentatives des différentes phases présentées ci-après.

La figure 8 couvre quatre siècles d'évolution ayant permis à la croisière de devenir ce qu'elle est aujourd'hui. Le XVIII<sup>e</sup> siècle est celui de la naissance et des premières évolutions du tourisme. La seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle marque l'évolution des transports et notamment du transport maritime de passagers. Le XX<sup>e</sup> siècle est couvert par deux phases du développement de la croisière. La première phase, à cheval sur le siècle précédent, est la phase d'introduction du voyage maritime d'agrément. La seconde phase est la phase d'apparition de la croisière contemporaine. Enfin le XXI<sup>e</sup> siècle est principalement une période d'adaptations et de globalisation du secteur.

## II.2. Origines de la croisière

Ancré autant dans le transport que dans le tourisme, il est important de savoir d'où la croisière peut tirer ses origines et même comment son évolution s'est faite sur plusieurs siècles.

### II.2.1. Origines au sein du tourisme

La croisière étant classée actuellement comme un secteur touristique, il convient donc d'en chercher les origines au sein de celui-ci. Notons d'abord que le tourisme trouve ses fondateurs parmi les Britanniques tant dans les origines que dans les événements marquants qui ont permis son évolution. Ils en ont été les précurseurs.

Le terme de tourisme provient du mot « tour ». C'est en Grande-Bretagne, durant le XVIII<sup>e</sup> siècle, qu'apparaît « le grand tour » européen au sein de l'aristocratie et de la haute bourgeoisie. Il s'agissait d'un voyage initiatique visant à partir à la rencontre des vestiges des civilisations et des éléments mis en valeur par la Renaissance. Il permet alors de compléter l'éducation des jeunes gens de la haute société tant du point de vue historique et culturel en visitant nombre de sites archéologiques à travers l'Europe (dont beaucoup en Italie), que du point de vue social par l'interaction avec des compagnons de route britanniques ou d'autres contrées. Par la suite, de nombreux artistes tels que des peintres, des écrivains, des poètes ou même des journalistes participèrent à ces voyages, source d'inspiration, de découvertes, et de sentiment d'aventure. Ils permirent une première diffusion grand public de ce type de séjour. Ce tourisme était donc très élitiste mais était surtout un voyage de formation.

Dans un second temps, l'industrialisation modifia profondément le secteur des transports grâce au développement du chemin de fer à vapeur. Celui-ci va alors réduire considérablement la carte 'espace-temps' des pays. Dans le cadre du développement touristique, il permet d'augmenter l'accessibilité des stations balnéaires. D'abord fréquentées par la bourgeoisie et l'aristocratie anglaise à des fins thérapeutiques, elles devinrent petit à petit des lieux de villégiature proches du foyer mais assez éloignés pour y ressentir un certain dépaysement. En effet, l'arrivée du chemin de fer va basculer la fréquentation des stations balnéaires suite à la massification du transport qu'il produit. Le train va métamorphoser celles-ci. Le rail arriva par exemple en 1839 à Ostende, ou en 1848

à Dieppe. Ces cités, chacune connectée à la capitale de son propre pays, devinrent des lieux de villégiature pour tous les citadins à la recherche de détente ou du grand air, pour leurs vacances ou simplement pour un week-end. Brighton connut une évolution quelque peu différente car des services de liaisons touristiques étaient déjà assurés dès 1823 alors que le train n'y arriva pour la première fois qu'en 1841 (GAY J-C., 2006).

L'apparition du Grand Tour à travers l'Europe posa donc les bases des premiers itinéraires de croisière, et des premiers circuits de tourisme de manière plus générale. Le développement des stations balnéaires permit de donner des pistes de développement pour les futures villes d'escales. Ces deux éléments combinés sont alors à la base de l'évolution de l'aspect touristique de la croisière.

### ***II.2.2. Origines au sein du transport***

Parallèlement, il est nécessaire d'expliquer l'évolution du transport de passagers car même si au XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècle le transport de passagers est plus une corvée qu'un plaisir, cela ne resta pas toujours le cas.

Dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, suite à l'augmentation des échanges entre le nouveau et le vieux continent, à savoir entre les États-Unis et l'Europe, de plus en plus de paquebots assurent la liaison entre les deux côtés de l'Atlantique. La première liaison entre l'Europe et les États-Unis data de 1867 avec le « Quaker City » (GAY J-C., 2006). Servant à l'origine pour le transport du courrier, de plus en plus de passagers y embarquent afin de tenter leur chance aux Amériques et de répondre à la demande d'emplois locale. Les techniques s'améliorant, il devint plus aisé de fixer des horaires de départs et d'arrivées aux navires. Les compagnies respectant les délais pouvaient alors bénéficier de subsides gouvernementaux (DONZEL C., 2005). Petit à petit, les navires s'adaptèrent et mirent en place un système de cabines, respectant les classes sociales : les premières classes furent placées sur le pont supérieur et l'avant du navire, partie du bateau subissant le moins de désagréments ; les secondes classes furent placées vers les ponts supérieurs, et les troisièmes classes furent placées à l'arrière du navire, plus sensible aux vibrations et sans aucune vue sur l'extérieur. Le courrier et les marchandises furent alors relégués uniquement en soute mais restèrent la vocation première du paquebot.

Ce fut durant la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle que les *liners* connurent la gloire. Cette période fut surtout marquée par la course au ruban bleu. Le ruban bleu, créé en 1838,

était une décoration prestigieuse accordée au navire effectuant la traversée de l'Atlantique la plus rapide. Celle-ci fut créée par les compagnies de navigation transatlantique en vue des opportunités que pouvaient apporter la publicité d'être le navire le plus rapide au monde. En effet, obtenir le ruban garantissait presque automatiquement une hausse des réservations. Longtemps dominé par les compagnies anglaises, il fut plus codifié à partir du vingtième siècle. Ce symbole devint représentatif des concurrences politiques, économiques et technologiques des grandes puissances européennes. En effet, l'attrait de ce ruban bleu fit se développer la technologie des hélices appliquées aux bateaux à vapeur, et de la sorte fit disparaître les navires à voiles.

Ni règle, ni prudence n'étaient de mise pour obtenir cette distinction, les capitaines étaient prêts à tout. Des nombreuses plaintes et réclamations ont été posées par des passagers lors de traversées trop rapides, suite aux nombreux désagréments subis. La compagnie américaine Collins en subit même les frais. Entre 1854 et 1856, elle perdit deux de ses plus beaux navires lancés dans cette course à la vitesse, noyant de la sorte des centaines de passagers dont la femme et les deux enfants du fondateur de la compagnie. Complètement discréditée, elle fit faillite (DONZEL C., 2005).

En Angleterre, une véritable guerre commerciale s'engagea entre la Cunard, la White Star, l'Inman et la P&O pour acquérir le prestige d'avoir la traversée la plus rapide même si certaines compagnies dominèrent plus que d'autres (Voir Tableau 2). Le naufrage du Titanic mit la White Star en mauvaise position, ce qui l'obligea à fusionner avec la Cunard. C'est grâce à cet événement que la compagnie anglaise eut assez de financement pour construire le Queen Mary et, de la sorte, ré-entrer dans la compétition du ruban bleu contre le Normandie dont le premier fut emporté en 1935, symbole de fierté pour la France entière. Entre 1935 et 1938, le ruban passa plusieurs fois de la compagnie française à la compagnie anglaise et inversement.

Cette compétition au ruban bleu, alimentée par la rivalité entre les pays européens dans le but d'attirer la clientèle, permit d'améliorer les performances des navires de même, souvent, que le confort à bord. En effet la course à la vitesse est un facteur de développement mais gagner la confiance de sa clientèle est un facteur bien plus déterminant. Pour ce faire, les compagnies entrèrent dans une course au luxe et au gigantisme : « *Le paquebot devint un style de vie* » (NOBIS V., 1993)

<u>Année</u>	<u>Compagnie</u>	<u>Durée</u>	<u>Pays</u>
1838	British American Steamship Co	18j 14h 22m	Royaume-Uni
1838-1839	Great Western Steamship	13j 12h 00 m	Royaume-Uni
1841-1863	Cunard Line	08j 03h 00m	Royaume-Uni
1872-1875	White Star Line	07j 23h 07m	Royaume-Uni
1875	Inman Line	07j 18h 02m	Royaume-Uni
1876-1877	White Star Line	07j 11h 37m	Royaume-Uni
1882-1884	Guion Lie	06j 10h 10m	Royaume-Uni
1885-1888	Cunard Line	06j 01h 55m	Royaume-Uni
1889	Inman Line	05j 19h 18m	Royaume-Uni
1893-1894	Cunard Line	05j 17h 23m	Royaume-Uni
1900-1903	Hapag	05j 15h 46m	Allemagne
1907-1909	Cunard Line	04j 10h 51m	Royaume-Uni
1929	Norddeutscher Lloyd	04j 17h 42m	Allemagne
1930	Norddeutscher Lloyd	04j 17h 06m	Allemagne
1933	Norddeutscher Lloyd	04j 16h 48m	Allemagne
1933	Italian Line	04j 13h 58m	Italie
1935	CGT	04j 03h 02m	France
1936	Cunard Line	04j 00h 27m	Royaume-Uni
1937	CGT	03j 23h 02m	France
1938	Cunard Line	03j 21h 48m	Royaume-Uni
1952	United States Line	03j 12h 12m	États-Unis

**Tableau 2 : Gagnants du ruban bleu entre l'Europe et l'Amérique du nord**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2014.**  
**Sources des données : (BONSOR N.R.P., 1980)**

Même si le voyage était utilitaire, il conservait un aspect aventureux mais, à ses débuts, restait plus une corvée qu'un voyage d'agrément. Pour enrayer cet aspect des

choses, les compagnies de transport maritime de passagers décidèrent d'améliorer le service mais visèrent également à ce que les passagers ne s'ennuient pas durant leur traversée. Pour ce faire, elles installèrent des salons de musique, des salons de bridge, des fumoirs, des bibliothèques à bord mais également mirent en place des animations tout au long de la journée (cf. Figure 9). Les paquebots se devaient alors d'être de plus en plus grands et de plus en plus luxueux. Le summum fut atteint par le France, mis pour la première fois à l'eau le 11 mai 1960 et inauguré en janvier 1962. Avec ses 315 mètres de long, il fut considéré comme l'un des plus grands paquebots.



Figure 9 : Les aménagements intérieurs des paquebots transatlantiques  
Crédits photos : (DONZEL C., 2005)

*La photo de gauche présente le grand salon de L'Île de France tandis que la photo de droite illustre la salle de bal du Saturnia. Ces deux photos sont représentatives du luxe et des mondanités mises en place sur les paquebots transatlantiques*

### ***II.2.3. Guerres et réquisitions***

Débuta alors la Première Guerre Mondiale. Nombreux furent les bateaux réquisitionnés par les gouvernements de manière à assurer le transport des soldats, des armements et des ravitaillements. Très peu de navires résistèrent à cette période et ceux

revenus entiers durent subir des aménagements conséquents afin de répondre aux demandes du transport de passagers même si la séparation entre les classes sociales fut quelque peu érodée.

Après 1918, les gens fortunés eurent besoin de se changer les idées. On vit alors apparaître les premières croisières régulières en Méditerranée et en Scandinavie. Le but premier devient l'escale et non plus la traversée. À partir de 1923, les agences de voyages commencèrent même à vendre des tickets pour la croisière ou à affréter des navires sous leur propre nom afin de répondre à la demande. Les bateaux furent quant à eux réaménagés en véritables palaces flottants.



**Figure 10 : Les paquebots transatlantiques**  
Crédits photos: (FRENCH LINES, 2014)

*La figure illustre deux grands paquebots transatlantiques français : Le France à gauche et le Normandie à droite.*

Ensuite la Seconde Guerre Mondiale entraîna une nouvelle réquisition des paquebots encore en activité. L'après-guerre marqua, comme dans de nombreux secteurs, une ère nouvelle de reconstruction. En effet, sous menace de la guerre froide, les gouvernements et compagnies publiques se virent dans la nécessité de reconstruire une flotte nationale de prestige. Ce renouveau va permettre de repenser le navire jusque dans sa structure. Cependant se posait déjà la question d'investir lourdement plutôt dans le secteur maritime ou plutôt dans le secteur aérien naissant. Par exemple, le gouvernement français

et la compagnie de La Compagnie Générale Transatlantique, couramment appelée La Transat (ou CGT), préférèrent investir dans le maritime via la construction du Normandie durant l'entre deux guerres et du France, après la seconde guerre mondiale (voir figure 10). La possession d'un paquebot d'un tel gabarit pouvant naviguer dans l'espace nord-européen et acquérir le fameux ruban bleu s'avérait indispensable pour le prestige de la compagnie et du pays (FREMONT A., 1998).

#### **II.2.4. Après-guerre : reconstruction, et début de la concurrence**

À partir des années 1950, la concurrence avec l'avion pour le transport de passagers, toujours occupation principale des paquebots, se fit de plus en plus rude notamment après la mise en service des premiers Boeing 707, appareil qui fit son premier vol commercial entre l'Europe et New-York en 1958. En effet, de 70 000 passagers traversant l'Atlantique en paquebot en 1955, il n'en resta que quelques centaines au début des années 1960 (GRENIER A.A., 2008). Les compagnies transatlantiques tinrent du mieux possible grâce à la fréquentation plus importante en saison haute mais se virent contraintes de désarmer ou reconvertir une partie ou la totalité de leurs navires sous peine de plonger financièrement. La croisière, jusque-là seulement entre-aperçue entre les deux guerres, devint alors une activité d'appoint lors de la saison creuse, mais les paquebots de lignes régulières n'étaient pas vraiment adaptés aux attentes de ce nouveau marché (NOBIS V., 1993).

Dès 1967, et principalement au début des années 1970 avec la mise en service des Boeing 747, premier jumbo jet considéré comme le plus gros porteur jusqu'à l'arrivée de l'A380. Les transatlantiques furent donc voués au déclin. Un des premiers signes tangibles fut par exemple la première ligne aérienne régulière avec des Boeing 747 de la PanAm en 1968 entre Londres et New-York mettant alors fin à la course au ruban bleu, ou le désarmement du FRANCE en 1974. Le secteur du transport maritime de passagers dut alors laisser place à la croisière.

La croisière n'était encore qu'une activité ponctuelle, mais certains circuits se faisaient déjà réguliers en saisons creuses. La toute première croisière data de 1835 avec la compagnie CEYLON même si les premiers navires construits pour le secteur croisière ne le furent qu'à partir de 1965. En 1844, ce fut la compagnie P&O qui organisa ses premiers voyages d'agrément au départ de Southampton vers Gibraltar, Malte ou Athènes,

considérés pour lors comme des croisières, en transportant 37 passagers de première classe et 16 passagers de seconde classe. Cependant, la filière de croisières de P&O ne fut créée qu'en 1977. La compagnie innova surtout en invitant un des journalistes du VANITY FAIR à bord, de manière à raconter le voyage et, de la sorte, faire sa publicité. La Transat se lança dans le voyage d'agrément avec les petites unités de sa flotte à partir de 1896 (MESSAGER M., et al., 2010)

Ces premières croisières étaient principalement centrées sur des destinations orientales telles que les Indes, le Sri Lanka ou Hong Kong. Il s'agissait de voyages au long cours reliant l'Angleterre ou d'autres pays européens aux pôles économiques asiatiques de l'époque et réalisant plusieurs escales sur leur parcours. Certaines avaient même comme destination des pays africains tels que les premiers circuits touristiques proposés par la CGT. En effet, celle-ci effectua, dans les années 20, ses premiers circuits d'agrément en établissant une collaboration avec des hôtels prestigieux à l'entrée du désert. Ces croisières ne suivaient donc pas l'idée qu'on en a aujourd'hui vu que les passagers pouvaient loger une ou plusieurs nuits dans des hôtels à terre. On peut par exemple citer le Maroc Hôtel à Casablanca ou le Doukala à Marrakech. Le succès de ces premiers circuits touristiques avec acheminement en bateau est tellement important qu'au fil des ans, des excursions se mettent même en place comme des séjours en oasis, des échappées dans le désert ou des visites archéologiques (DONZEL C., 2005).

Au fil du temps, l'amélioration globale des conditions sanitaires et les développements techniques permirent de modifier les structures d'accueil de passagers au sein même des navires. De manière à répondre à la demande des touristes de plus en plus exigeants quant à leur condition de vie à bord, la construction de nouveaux navires s'imposa comme une nécessité. De même, les compagnies vouées au transport de passagers n'avaient pas les méthodes et stratégies de vente correspondant au secteur touristique. Les premières compagnies totalement vouées à la croisière purent alors faire surface. Cependant, de très gros investissements furent nécessaires pour la construction de navires rassemblant les fonctions de transport, de logement, et de loisirs. Ce fut le début de la croisière que nous connaissons aujourd'hui.

### **II.3. Croissance et évolution du concept**

Dès la fin des années 1960, la croisière connaît un changement radical et devient un mode de vacances en soi. Cette partie vise à expliquer comment la croisière contemporaine est devenue ce qu'elle est aujourd'hui.

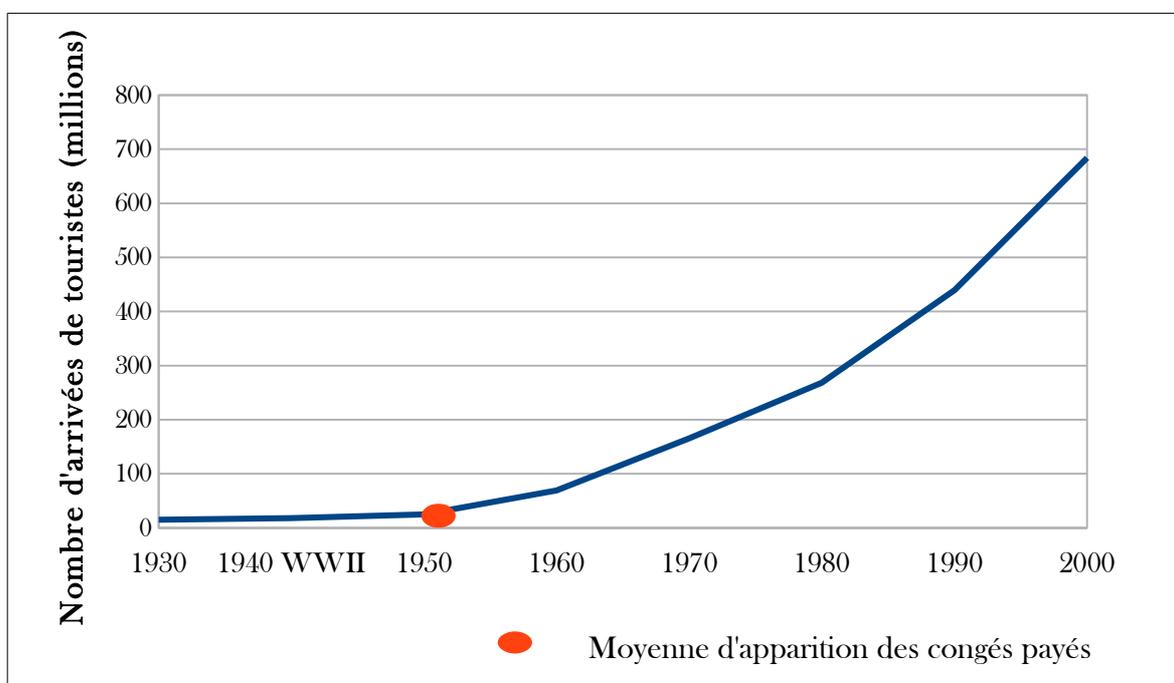
#### ***II.3.1. 1970-1980 : Transition et émergence de la croisière***

Plusieurs facteurs combinés permirent l'émergence de la croisière contemporaine. L'un des principaux est l'accroissement du tourisme de manière générale. En effet, au début des années 1970, le tourisme devint un secteur globalisé et non plus uniquement réservé à l'élite bourgeoise ou intellectuelle. C'est également à cette période que l'Amérique connaît un boom économique, plaçant sa population comme première demande sur le marché du tourisme. Ce fut alors la naissance du tourisme de masse caractérisé par les trois S : *Sea, Sand and Sun* (GRENIER A.A., 2008). Dès lors, lorsque le paquebot n'était pas utilisé pour les traversées, il était réorienté vers des destinations plus exotiques telles que le soleil des Caraïbes. Cependant pour beaucoup, le navire vu en hiver représentait toujours un souvenir d'immigration ou de guerre et fut donc difficilement associé à l'image des vacances. Ce ne fut que par la généralisation des congés payés que le marché put s'instaurer (BAGOT M., 1998)

La figure 11 nous présente la croissance observée du tourisme de masse depuis les années trente. Notons que la décennie 1940-1949 est particulière car elle a été profondément marquée par la seconde guerre mondiale. Les vacances n'y étaient alors pas une priorité. Comme pour le tourisme, les congés payés furent observés pour la première fois en Angleterre dans les milieux ouvriers dès les années 1910. Encore non officiels, ils concernaient la population ayant des conditions de travail relativement dures et méritant alors des jours de repos complémentaires. Ce sont ensuite les pays de la mer Baltique qui suivirent l'exemple britannique en instaurant un quota de jours de congés payés obligatoires. La France, la Belgique et l'Allemagne suivirent dans les années 30. Il est important de préciser que pour certains pays, notamment les États-Unis, les compagnies ne sont pas obligées de payer des jours de congés à leurs employés dans le cadre de vacances. Cependant, les congés payés obligatoires furent actés dans de nombreux pays européens de manière quasi unanime dans les années 1950.

De 1960 à 1975, l'augmentation de consommation de loisirs, vacances, et tourisme se fit plus importante que n'importe quelle autre consommation ; la part du budget des ménages accordée aux vacances s'accrut dans toutes les catégories sociales. Le tourisme commença à prendre son essor.

À l'époque du développement du tourisme de masse, les Caraïbes n'étaient pas très développées sur le plan touristique, il y avait peu d'hôtels et de liaisons aériennes. La croisière permit alors d'offrir des séjours dans les îles, similaires aux séjours en hôtels en Méditerranée. Le paquebot était utilisé comme un hôtel flottant et itinérant permettant de vendre des circuits semblables à ceux faits en autocar, mais sans les inconvénients logistiques (GINIER J., 1974).



**Figure 11 : Relation entre congés payés et tourisme de masse**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.  
Sources des données : (OMT, 2013)

*Ce graphe illustre l'influence de l'apparition des congés payés sur l'évolution du tourisme*

Ce fut donc le début des années 1970 qui marqua la naissance de la croisière telle que nous la connaissons aujourd'hui avec notamment la création des premières compagnies totalement dédiées à celle-ci : Norwegian Cruise Line (NCL) en 1967, Royal Caribbean

Cruise (RCL) en 1970 et Carnival Cruise Line (CCL) en 1972. La transition fut progressive grâce à de simples modifications : la vitesse des paquebots fut diminuée afin de réduire la consommation de carburant, le grand luxe fut mis aux oubliettes et les barrières entre classes furent supprimées. « *Dans un monde du tout-toujours plus vite, le paquebot est devenu le seul mode de transports qui ne suit pas cet objectif* » (NOBIS V., 1993).

La croissance de la croisière ne fut pas directement explosive car c'est une industrie qui requiert de lourds investissements dans la construction des navires mais aussi dans le personnel. Celui-ci doit avoir des qualifications requises pour le service, l'animation, et la vie à bord d'un navire (MESSAGER M., et al., 2010).

### ***II.3.2. Années 1980 : changement des mentalités***

Sociologiquement parlant, les années 1980 marquèrent la naissance du courant de pensée postmoderne. La postmodernité est un concept de sociologie qui désigne la dissolution de la référence à la raison comme totalité (MAFFESOLI M., 2004). Cette école se caractérise par une optique de vie dans le présent contrairement aux pré-modernes qui vivaient pour la tradition et aux modernes qui eux se basent sur l'avenir. La décennie est alors vécue dans le culte du présent et dans la recherche du bien-être afin de surmonter le désenchantement du monde lié à l'école moderne. En effet, c'est une période ouverte par la perte de confiance dans les valeurs véhiculées par la modernité. En conséquence, nous avons pu y observer un dépassement des idéaux progressistes, une accélération du temps mais également une contraction de l'espace. Cette idéologie se répercuta sur les actions politiques et économiques menées de par le monde.

Les années 1980 sont, en effet, une décennie marquée par de nombreux changements politiques et économiques. Il s'agit de la période la plus ancrée dans le culte de l'entreprise et dont les sociétés tentent tant bien que mal de conjuguer les impératifs du marché et ceux de la crise économique. Plusieurs pays, dans le but de relancer leur économie, mirent en place des politiques fortes de libéralisation économique. Dès 1980 et jusque dans les années 1990, les individus recherchent frénétiquement l'extase du plaisir, nous étions entrés dans une société de consumérisme. Ce fut également l'orientation des sociétés vers les activités de services qui jouèrent un rôle prépondérant dans le passage de la modernité à la postmodernité. Toutes ces évolutions influencèrent le développement de

la croisière.

Issu des grandes lignes transatlantiques et de l'immigration, le navire de croisière a dû mettre en place de nombreuses stratégies au fil du temps de manière à constamment renouveler son image et, de la sorte, attirer la clientèle. Dans une société marquée par le consumérisme, la croisière et le tourisme de manière plus générale, apparaissent comme un plaisir hédoniste indispensable. C'est en effet durant cette décennie que les États et les entreprises privées commencèrent à prendre conscience de l'importance économique et sociale du tourisme mais également qu'apparut en France les chèques vacances et la cinquième semaine de congés pays.

Malheureusement, début des années 1980, les vacances à bord d'un bateau sont encore souvent perçues comme chères, ennuyeuses et réservées à une clientèle âgée (MESSAGER M., et al., 2010). Cet 'a priori' est encore souvent collé à la croisière de nos jours. La retraite est considérée comme une période d'intense activité sociale. En effet, les personnes âgées ont acquis un réseau social, ont épargné, et ont maintenant plus de liberté. Leurs enfants sont généralement indépendants, leur temps libre accru et il arrive que le conjoint soit décédé. Le voyage est donc vu comme un remède à la solitude et à l'ennui pour ces personnes souvent isolées (COUSIN S., REAU B., 2009). Il fallut mettre en place différentes stratégies permettant de changer l'image habituellement associée aux voyages en mer afin de diminuer l'âge moyen des croisiéristes.

Un des premiers signes tangibles du changement de mentalité apparut après la diffusion de la série télévisée « La croisière s'amuse » (*The Love Boat* pour son titre original). Très appréciée du public, tant aux États-Unis qu'en Europe, elle montrait des croisières pour toutes les tranches d'âge mais place également le navire comme un lieu de rencontre, de romance, ... Les individus, évoluant dans un monde envahi par la publicité, considèrent qu'un produit peut exister et être intéressant dès qu'il est passé à la télévision. La diffusion de la série permit alors de présenter le produit croisière à toute population s'identifiant à au moins l'un des personnages.

### II.3.3. Émergence des premières compagnies

Avant de pouvoir préciser les différentes adaptations et stratégies utilisées par les grandes compagnies pour garder le secteur en croissance continue, il est utile de faire un état des lieux des principales compagnies actuelles et de retracer leur évolution, leur rachat, ... Actuellement, deux groupes majeurs détiennent 70 % des parts de marché : Carnival Corporation (CC) et Royal Caribbean Cruises Limited (RCCL).

#### • Le groupe Carnival

Le groupe Carnival, premier du marché avec 48 % des parts en 2013 (CRUISE MARKET WATCH, 2014), repose sur la compagnie Carnival Cruise Line (CCL), fondée en 1972 par Ted Arison.

<u>Grands groupes</u>	<u>Compagnies principales</u>	<u>Compagnies</u>	<u>Filiales</u>	<u>Nombre de navires</u>	
Carnival Corporation (CC)	Carnival Cruise Line (CCL)	Carnival Cruise Line (CCL)	CCL	23	
			Seabourn	6	
		Holland America Line (HAL)			15
	Costa Crocière S.p.a	Costa Croisières			17
		Iberocruceros			4
		Aida Cruises			10
	Cumard				3
	P&O - Princess	P&O	P&O Cruises	P&O Cruises	7
				P&O Cruises	4
				Australia	
			Swan Hellenic	1	
		Princess	Princess Cruises		18

Tableau 3 : Structure du groupe Carnival Corporation  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI, 2013

Cette compagnie est très innovatrice dans le secteur : elle fut une des premières à faire sa publicité à la télévision, à mettre en place des navires de plus en plus grands et voués aux loisirs à bord. Elle fut également la première à racheter d'autres compagnies : elle acheta la Holland America Line (HAL) en 1989 et continua avec Seabourn Cruise Line en 1992. Cependant, la HAL garda son indépendance pour la création de ses circuits, sa publicité, ... En 1993, Ted Arison décida de créer le groupe Carnival Corporation afin de garder des compagnies ayant leur identité propre. Il renforça celui-ci en rachetant un groupe actif sur le marché européen : Costa Crociere S.p.a. Le groupe italien, fort de sa propre compagnie fondée en 1948 avait déjà commencé à racheter des compagnies plus petites telles que les Croisières Paquet ou Ocean Cruise Line. Nouvellement implanté en Europe, le groupe Carnival tentera, avec succès, d'étendre son marché notamment via le rachat de la compagnie Aida Cruises, première compagnie allemande du secteur. Dix ans après sa création, il décida de fusionner avec deux compagnies (fusionnées elles-mêmes en 1974) plus focalisées sur le marché de luxe de sorte à compléter sa gamme de produits : P&O - Princess Cruises. En plus d'être innovateur, le groupe Carnival est considéré comme ayant la plus grosse marge bénéficiaire avec un bénéfice entre 19 et 25 % par an. Le tableau suivant reprend donc la structure de ce premier groupe mondial de la croisière.

- *Le groupe Royal Caribbean Cruise Line*

Le groupe RCCL, deuxième du marché avec 23 % des parts en 2013 (CRUISE MARKET WATCH, 2014), fut créé en 1997. Il est basé sur la compagnie Royal Caribbean Cruise International fondée elle-même en 1970. La création du groupe fut effectuée grâce à la fusion entre la dite compagnie et Celebrity Cruise. En 2006, le groupe racheta la compagnie Pullmantur et enchaîna en 2008 avec Island Cruises. Enfin, en 2009, le groupe fusionna avec TUI Cruises, groupe reprenant lui-même la compagnie TUI cruises, l'Hapag-Lloyd, Peregrine Adventures et Thomson Cruises. Notons également que le groupe fit l'acquisition de compagnies spécialisées dans les croisières d'expédition. Contrairement au groupe Carnival, RCCL base son développement sur sa compagnie principale. Les autres sont principalement vouées à répondre à des marchés plus spécifiques en ayant leur propre image et leur propre public : le luxe pour Celebrity et Azamara, les expéditions pour Quark et Zergahm, ...

<u>Grands groupes</u>	<u>Compagnies principales</u>	<u>Compagnies</u>	<u>Filiales</u>	<u>Nombre de navires</u>
Royal Caribbean Cruises Limited (RCCL)	TUI	TUI Cruises		2
		Hapag-Lloyd		5
		Peregrine Adventures		2
		Thomson Cruises		5
	« Croisières d'expéditions »	The Adventure fleet		1
		Quark Expéditions		6
		Zergahm Expéditions		1
	RCI	RCI	Royal Caribbean International (RCI)	23
			Croisières de France (CDF)	2
		Celebrity	Celebrity Cruise	11
			Azamara Club Cruise	2
	Pullmantur			6
	Island Cruise			2

**Tableau 4 : Structure du groupe RCCL**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI, 2013

• Autres grandes compagnies

A côté de ces deux énormes machines de croisière, certaines compagnies continuent de persister sans se faire racheter. Notons, spécialement pour l'Europe, la compagnie MSC Cruises qui, avec ses treize navires, détient actuellement 7 % des parts du marché mondial, de même que la compagnie Norwegian Cruise Line (NCL). Suivent ensuite Disney Cruise Line, implantée exclusivement dans les Caraïbes avec 2,5 % des parts de marché, et Star Cruises avec 1,4 % (CRUISE MARKET WATCH, 2014).

Notons cependant que la compagnie MSC Cruises, même si elle ne représente que 7 % du marché mondial se place comme le leader sur le marché européen avec 14 % de la

clientèle européenne à elle seul. Elle est également plus difficile à racheter par son alliance avec la compagnie MSC chargée du transport de marchandises principalement via les conteneurs.

En parallèle à ces grands groupes ou compagnies, il est possible de voir apparaître des plus petites sociétés. Celles-ci peuvent être de plusieurs sortes. Elles sont soit focalisées sur une zone précise comme les croisières d'expéditions en Antarctique. Elles peuvent également être dédiées à un secteur particulier. On voit par exemple de plus en plus de croisières totalement dévouées à une clientèle francophone. Enfin, certaines croisières peuvent également être proposées par des tour-opérateurs. Ceux-ci ne possèdent donc pas les navires mais les affrètent auprès d'une autre compagnie.

Un des cas particuliers à cependant noté est celui de la société Hurtigruten. Il s'agit d'une compagnie norvégienne de croisière-ferry réalisant principalement des circuits de 11 jours sur la côte norvégienne reliant Bergen à Hammerfest ou Honningsvåg en visitant de nombreux fjords et s'arrêtant dans environ 34 ports d'escale. Elle représente 1,3 % des parts du marché mondial. Cette compagnie, contrairement à la plupart en Europe, est active tout au long de l'année à condition d'adapter ses excursions. Elle joue un rôle important auprès des populations locales et impacte significativement ses ports d'escales (CHARLIER J., MC CALLA R., 2006).

## **II.4. Conclusions**

Le marché de la croisière est donc un phénomène relativement récent. Son évolution fut progressive au commencement et explosive ces dernières années. La première partie a permis de placer les bases du développement de la croisière que ce soit au niveau du tourisme ou au niveau du transport. Après une course à la vitesse et au luxe, la croisière dû suivre une toute autre direction de manière à rester concurrentielle. Elle diminua en effet sa vitesse comparativement à celle acquise pour le transport transatlantique. Cette partie permet également de mettre en avant l'importance de l'évolution technologique. C'est en effet grâce à celle-ci que le transport aérien s'améliora au point de pouvoir transporter des centaines de passagers en une fois et de la sorte se placer comme le premier mode de transport de passager au détriment du transport maritime. Cependant, c'est cette phase d'adaptation et de construction de la croisière qui fut la plus longue, couvrant jusqu'à plusieurs siècles.

La seconde partie a posé les bases de la croisière actuelle et en a présenté les premières évolutions. Elle a indiqué les différents processus de changements de mentalités et les facteurs ayant permis le développement du tourisme de masse, et donc indirectement de la croisière, tels les congés payés, l'amélioration des conditions sanitaires et des transports, ... Elle a permis également de comprendre l'état du marché actuel, en analysant la structure des compagnies de croisière et en posant leur spécificité propre.

La croisière reste donc un mode de tourisme relativement récent mais à l'évolution rapide. Le secteur fut et restera un marché mondial directement en lien avec la globalisation naissante des années 2000.



## **Chapitre III**

# **TENDANCE ACTUELLE : ENTRE GIGANTISME ET RATIONNALISATION**

### **III.1. Introduction**

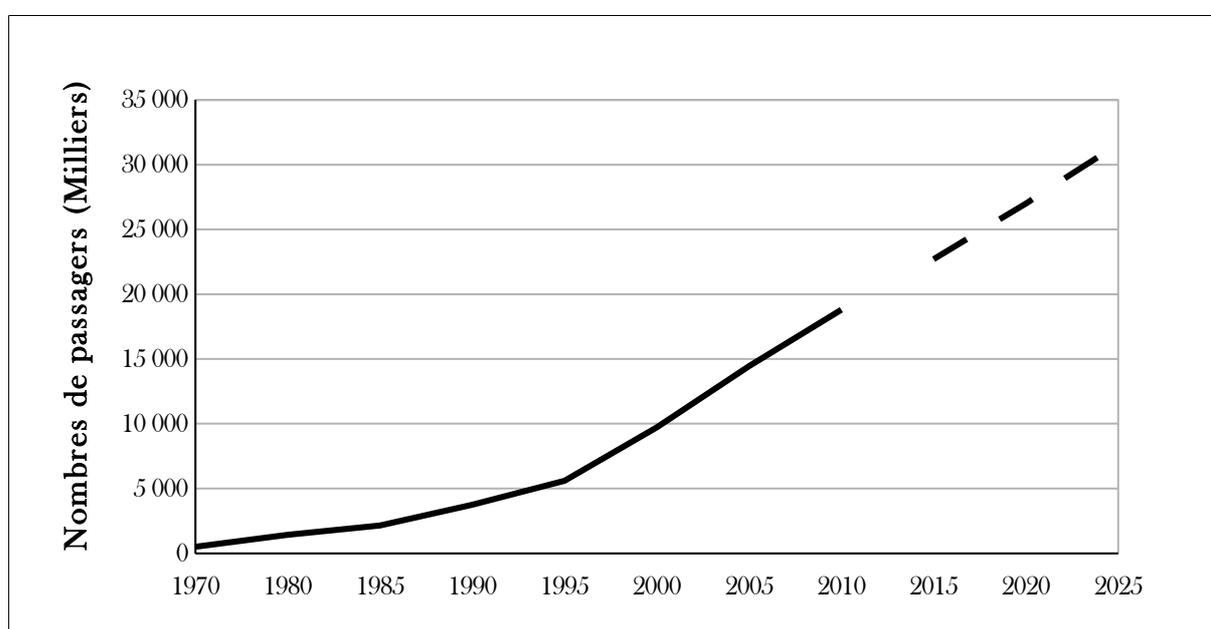
La croisière est un secteur d'étude récent. Ses principales modifications se sont faites sur les vingt à trente dernières années mais impactent tant les secteurs touristiques, économiques que sociaux. Ce chapitre va donc présenter l'état actuel de la croisière à travers le monde autour de cinq sections.

La première section vise à observer la manière dont la croisière a évolué de manière globale en présentant les principales compagnies de croisières. La deuxième section tentera de définir la répartition géographique de la croisière en essayant justement de discerner les différents bassins de croisière à l'échelle mondiale mais également leur structuration interne et les spécificités qui leur sont propres. La troisième section abordera l'aspect économique de la croisière en se demandant si l'offre de croisière suit ou génère sa propre demande. Pour ce faire, il sera donc utile de réfléchir aux stratégies mises en place pour conserver une croissance quasi constante du secteur. La quatrième section s'attardera à approfondir les différentes tendances observées et prévues pour les années à venir. Et enfin la dernière question veillera à définir la croisière et à en poser les différentes classifications.

Une fois ces sections présentées, ce chapitre permettra alors de terminer de poser le contexte global de cette étude que ce soit au niveau de la croisière, du tourisme, ou de la recherche scientifique.

### III.2. Évolution globale

L'analyse de l'évolution de la croisière se fait sur base de deux principaux critères : l'offre ou capacité d'accueil des navires, et la demande. Marché très actif et constamment stimulé au niveau de la demande, il faut être attentif aux variations du nombre de passagers. En effet, en connaissant ce facteur, il est possible de nuancer les résultats observés. Par exemple, l'arrivée d'un ou plusieurs nouveaux navires en même temps peut considérablement modifier l'offre et de la sorte la croissance du secteur (PEISLEY T., 2000).



**Figure 12 : Évolution du nombre de passagers de croisières.**  
Réalisation : Furlanetto G. , CIRTAI - IDEES, 2013.  
Sources des données : (PEISLEY T., 2000)

*La figure illustre la croissance de la croisière depuis les années 1970. On observe trois sections dans la courbe : la première de 1970 à 1985, la deuxième de 1985 à 1995, et la troisième de 1995 à aujourd'hui.*

La croissance annuelle de la croisière depuis 1980 est en moyenne de 8,2 % par an alors qu'elle n'a été que de 4,1 % pour le secteur du tourisme en général. Le nombre de passagers a donc augmenté de 200 % grâce à un taux de remplissage des bateaux toujours très élevé et parfois même supérieur à 100 %. Cette croissance s'explique également en

partie par l'augmentation constante de la taille des navires (DOWLING R., 2006). Si l'on observe attentivement, en analysant la courbure de la droite d'évolution du graphe, on peut observer trois phases dans le développement récent de la croisière : de 1970 à 1985 que l'on peut associer à l'émergence de la croisière actuelle, de 1985 à 1995 que l'on peut définir comme une première phase de croissance et à partir de 1995 jusqu'à aujourd'hui qui correspond à l'explosion de la croisière au niveau mondial.

Bien que la demande en croisière ait toujours été positive et l'occupation de navires proche de 100 %, le secteur eut du mal à se défaire de cette image élitiste lui collant à la peau. Il fallut donc générer un changement dans le comportement des touristes grâce à de nombreuses stratégies marketing visant à un rajeunissement de l'image de la croisière. De cette manière, le marché européen, entre autre, put s'agrandir plus facilement (BERGERON R., 2000).

Entre 1993 et 1995 s'installe cependant une période de doute car, pour la première fois dans l'histoire de la croisière, le taux de croissance diminue, le secteur stagne quelque peu. On observe même pour certains bassins une légère décroissance du nombre de passagers. Les compagnies sont très anxieuses car, la saison précédente, elles avaient commandé plusieurs navires, ce qui augmenta alors considérablement l'offre, agrandissant encore l'écart entre offre et demande. L'achat de nouveaux bâtiments représente de très gros investissements pour les compagnies et place donc le marché dans une phase délicate. Cette période peut également être mise en parallèle avec l'« instabilité économique » engendrée par le traité de Maastricht institutionnalisant les trois piliers de l'Union Européenne. Le premier pilier, dit pilier communautaire (CE), correspond aux trois communautés : la communauté européenne, EURATOM (Communauté Européenne de l'énergie Atomique), et la CECA (Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier). Le second pilier (PESC) est consacré à la politique étrangère et de sécurité commune. Le troisième pilier (CPJP) constitue la coopération policière et judiciaire. C'est également ce traité qui posa les bases d'une union monétaire en 1992. Cette union monétaire entraîna un certain alignement des prix entre les différents pays augmentant alors le prix relatif des croisières. Afin d'enrayer cette décroissance, RCCL, en très forte concurrence avec CCL et ayant plusieurs navires en commande, met alors en application des politiques de forte réduction de prix s'appliquant aux réservations de dernière minute dans l'espoir d'avoir un taux d'occupation de ses navires plus élevé. Elle profita également de la popularisation d'un

moyen de communication tout neuf qu'était alors internet. De la sorte, elle permit d'augmenter la visibilité de sa marque (PINARD J., 1979).

Depuis 1995, la croisière n'a plus connu de décroissance et n'a cessé d'attirer de plus en plus de clientèle, de développer de nouveaux produits, de nouvelles stratégies, ... mais ces points seront approfondis par la suite. En effet, les premiers arguments de vente pour la croisière dès les années 2000, sont que le séjour est plus qu'un itinéraire reliant plusieurs ports, qu'il y a tout autant à découvrir à bord. Les compagnies mettent en place des activités innovantes (mur d'escalade, piscine à vagues), mais y instaurent également des spectacles de haut niveau tel que le Cirque du Soleil chez Celebrity Cruises. Notons cependant qu'un autre petit changement de courbure dans le graphique peut être observé. Il peut facilement être mis en lien avec la crise économique et financière des années 2007-2010 mais affecta finalement peu le développement du secteur.

Le début des années 2010 a été marqué par de nombreux incidents techniques mettant à mal l'image de la croisière dans le monde tels que le naufrage du Costa Concordia en janvier 2012 sur l'île du Giglio en Italie. La compagnie responsable a fourni des compensations financières aux victimes de l'incident avant même que celles-ci se rendent en justice de manière à réduire les risques de poursuites. Elle a également mis en place un jury d'experts chargés d'analyser les failles de sécurité. Ces éléments ont alors permis la mise en place de nouvelles réglementations en matière de sécurité (normes SOLAS) mais également en matière d'environnement (normes MARPOL). En parallèle, pour faire face à l'instabilité financière, certaines compagnies sont entrées en bourse telles que Norwegian Cruise Line en 2012 .

### III.3. Configuration géographique : les différents bassins de croisière.

Ce sous-chapitre analyse la configuration spatiale de la croisière à différentes échelles. La première se fera à l'échelle mondiale et la seconde à l'échelle régionale. Chaque bassin ou sous-bassin cité verra ses caractéristiques propres quelque peu détaillées.

#### III.3.1. Vue mondiale

La croisière est un marché intéressant pour le géographe car elle a vu sa structuration mondiale et régionale évoluer et s'adapter continuellement à la demande. Il est donc constructif pour nos analyses à venir de poser les bases de la configuration spatiale de ce marché.

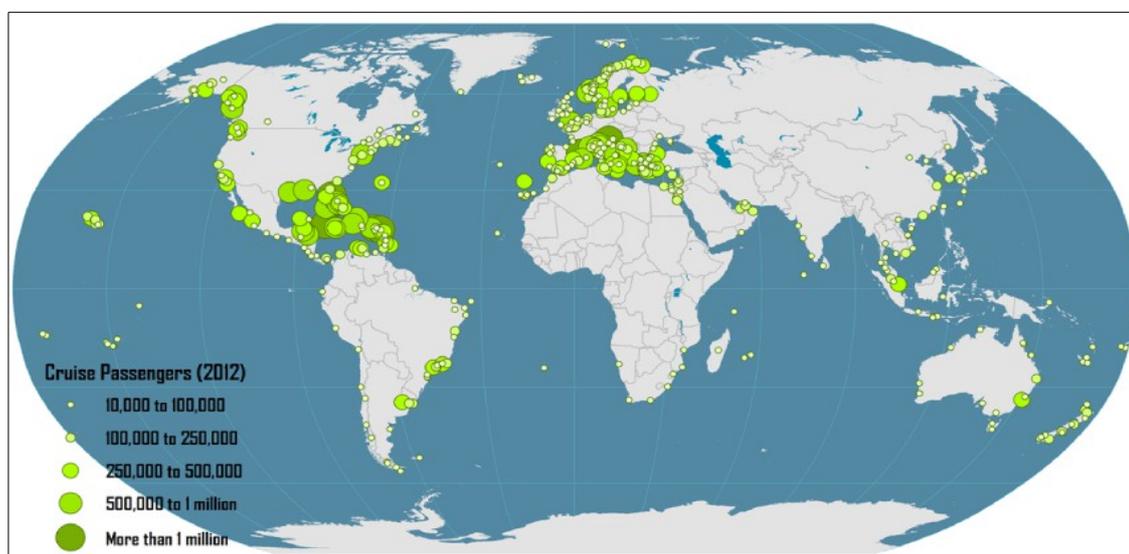
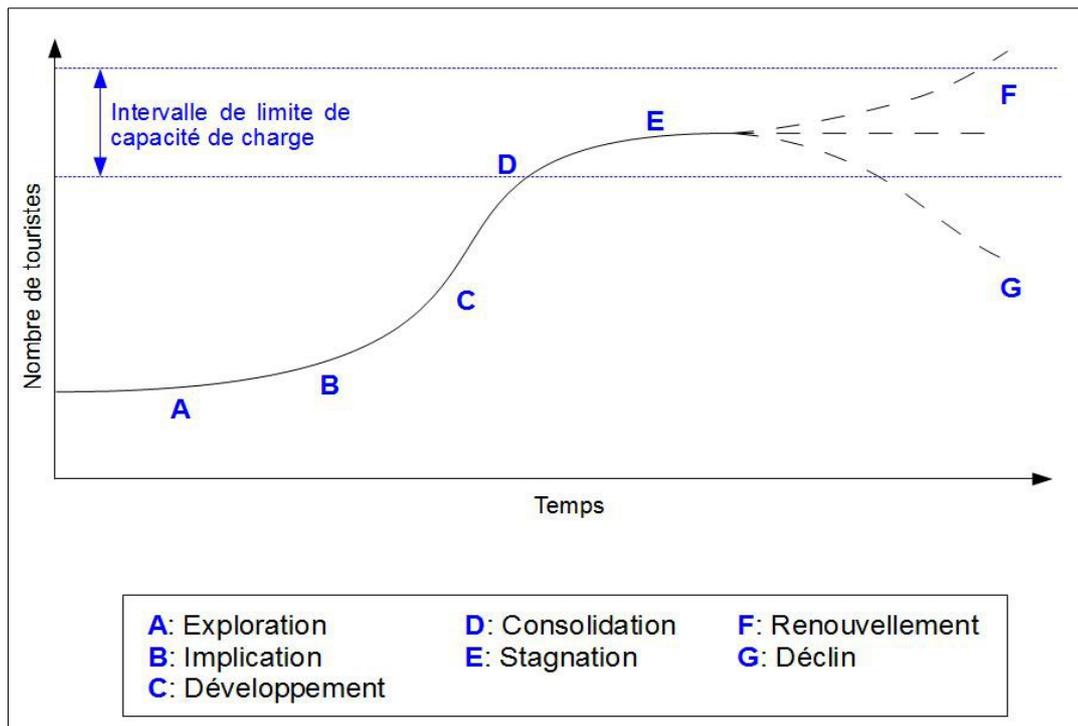


Figure 13 : Les bassins mondiaux de croisière  
Source : (RODRIGUE J-P. et al., 2013)

*Cette carte indique la localisation de chacun des ports de croisières et leur importance en terme de nombre de passagers en transit pour l'année 2012. On voit clairement deux bassins : l'Amérique du Nord (Caraïbes comprises) et l'Europe.*

La figure 13 nous présente les différents bassins de croisières. Il est intéressant de les analyser séparément car ils ne répondent pas aux mêmes stratégies de marketing. Cependant, il ne faut pas perdre à l'esprit que tous ces bassins sont en interconnexion les

uns avec les autres. Comme pour les compagnies, deux grands bassins détiennent à eux seuls presque 75% des parts de marché : le marché américain et le marché européen, les autres marchés tels que l'Afrique, l'Asie, l'Océanie, l'Amérique du Sud et le reste du monde se partageant les 25% restants. Les deux plus gros bassins peuvent cependant être subdivisés selon la géographie et la logique économique de la région.



**Figure 14 : Cycle de vie du produit touristique**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.  
Sources : D'après (DECROP A. 2010)

Chaque marché ayant sa propre logique et sa propre clientèle, ils ne se développent pas à la même vitesse. Afin de les comparer les uns aux autres et de la sorte mieux les définir, il est possible de les placer sur la courbe de vie du produit touristique. Celle-ci tire son origine des études d'êtres vivants en biologie, et de l'étude de la capacité de charge en physique. Decrop nous la présente adaptée au produit touristique. Comme l'illustre la figure 14, l'évolution des destinations touristiques peut se modéliser selon la courbe présentée. Celle-ci, construite sur base du nombre de touristes présents se découpe en sept phases. La phase A, la phase d'exploration, est caractérisée par une faible présence

touristique, les infrastructures y sont minimales ou mal aménagées. La phase B, dite d'implication, se caractérise par une prise de conscience du potentiel touristique par les autorités compétentes. Celles-ci vont pouvoir mettre différentes pistes de développement en place afin d'augmenter ce nombre de touristes. La phase C est donc la phase d'application de ces politiques d'aménagement et d'attractivité touristique. Atteint un certain niveau d'infrastructures et d'afflux touristique, la destination arrive à sa capacité de charge, on ne peut plus sans cesse augmenter le flux de touristes, il faut plutôt consolider l'attractivité de la ville ou de la région. C'est la phase D. S'ensuit alors une phase de stagnation du nombre de touristes (phase E). Ensuite, selon le contexte politique, économique, social et culturel, il existe deux possibilités d'évolution : l'une de déclin (phase G) et l'autre de renouvellement (phase F).

### ***III.3.2. Vues régionales***

À cette échelle, les trois bassins cités précédemment vont être détaillés de manière à cerner les enjeux de navigation au sein de ceux-ci.

#### ***• Bassin américain :***

Sur le continent américain, quatre bassins peuvent être dessinés : l'Amérique de l'Est dont les bateaux naviguent le long des côtes du Canada, du fleuve St-Laurent, de New-York, de Washington, ... ; les Caraïbes dont les touristes peuvent visiter la Floride, les Bahamas, Cuba, et les côtes du Golfe du Mexique ; l'Amérique Centrale, bassin construit autour du canal de Panama, nœud indispensable reliant l'Amérique de l'Est à celle de l'Ouest ; et l'Alaska, très réduit temporellement suite aux saisons météorologiques.

Le bassin américain est le berceau de la croisière actuelle et le foyer des principales maisons mères de compagnies de croisières. C'est également le premier marché en ce qui concerne la demande. Cependant, au sein de ce bassin, des différences régionales peuvent se faire sentir. (MILLER A., GRAZER W., 2006)

Le sous-bassin canado-américain, dit d'Amérique de l'Est, est encore un bassin relativement émergent. En effet, il est principalement parcouru lors des changements de saisons afin de pouvoir repositionner les paquebots. Étant situé plus au nord, les conditions météorologiques y sont donc plus rudes. Dès lors, les possibilités de fréquentation, liées aux saisons, y sont plus faibles. (CHESWORTH N., 2006)

Les Caraïbes sont des eaux fréquentées toute l'année par les navires de croisières. La région a atteint sa capacité de charge et peut difficilement accueillir de nouveaux géants des mers. (WILKINSON P., 2006)

Le sous-bassin de l'Alaska subit les mêmes perturbations. Ajoutons-y le fait que les grands navires ne peuvent circuler dans les eaux gelées, les bateaux utilisés sont donc plus petits et transportent alors moins de passagers. Cette région reste une niche pour des croisières de découverte. De la sorte, les autorités peuvent contrôler et limiter les pollutions que peuvent engendrer des afflux trop massifs de touristes. Malheureusement, en janvier 2013, de nouvelles réglementations américaines concernant la protection environnementale de l'Alaska furent instaurées et risquent donc d'impacter négativement la croisière dans la région. (MUNRO J., GILL W., 2006)

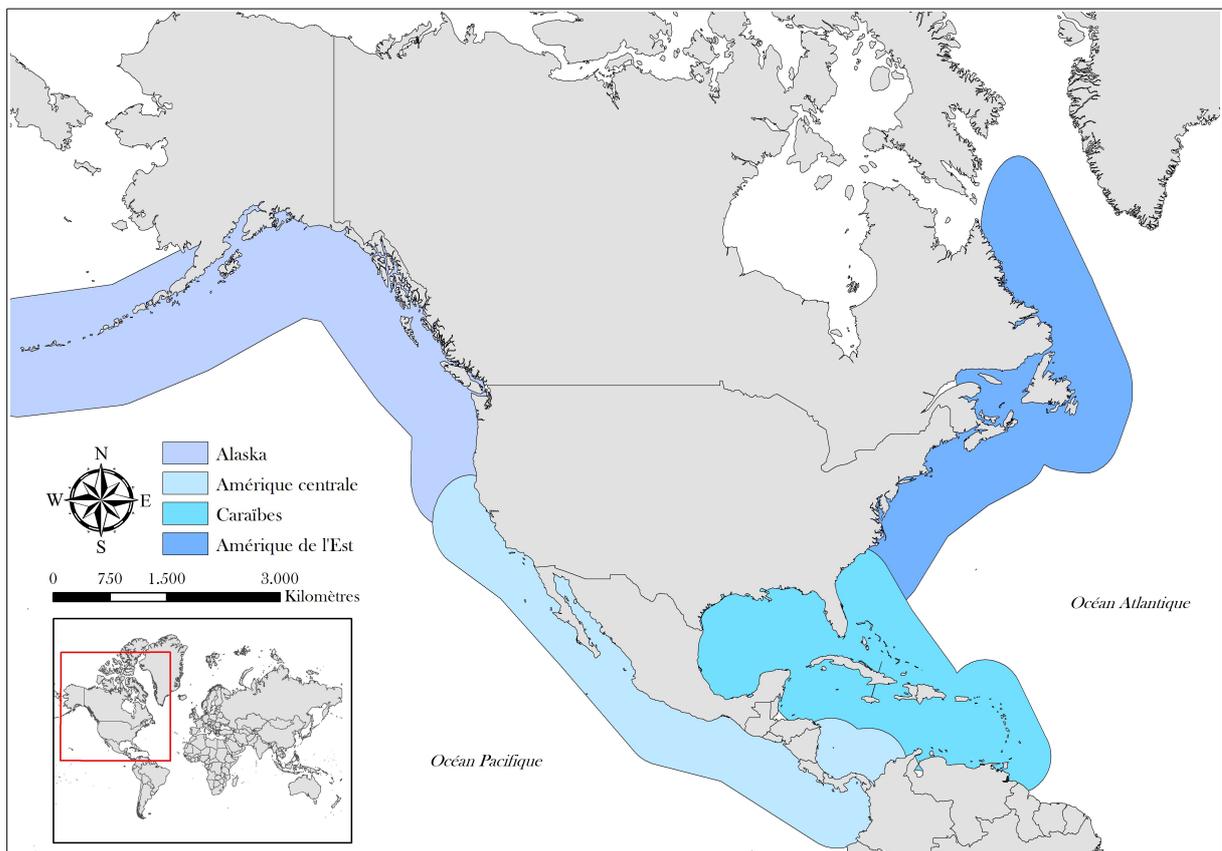


Figure 15 : Les différents sous-bassins américains  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

Le problème se posant pour l'Amérique Centrale est plus ou moins similaire. En effet, la taille grandissante des paquebots a dépassé depuis longtemps la dimension maximum pour passer le canal de Panama. Notons cependant que celui-ci étant en cours de travaux d'agrandissement, la région pourrait ensuite connaître une phase de renouvellement. En effet, actuellement carrefour drainant 5 % du transport maritime mondial, le projet d'élargissement, lancé en 2009, représente un budget de 4,2 millions d'Euros. Celui-ci comporte plusieurs volets : le percement d'une nouvelle voie d'eau, l'élévation du niveau maximal d'exploitation du lac Gatùn, l'élargissement des voies d'accès, le creusement du lit du canal mais surtout la construction de deux nouvelles écluses. L'une d'elle se situera sur la zone atlantique à l'est de l'écluse de Gatùn et la seconde se situera sur la zone pacifique, au sud-ouest des écluses Miraflores. Cependant, chacune possédera son propre canal d'approche. La fin du projet, prévue pour 2015, permettra le passage de navire over-panamax.

• *Bassin européen :*

Pour le continent européen, les statistiques mondiales officielles ne répertorient que deux sous-bassins : la Méditerranée, et l'Europe du Nord. Cependant, cette thèse se focalisant sur l'Europe, plusieurs bassins ont pu être distingués :

- la Méditerranée reprenant principalement les côtes espagnoles, françaises, italiennes et grecques de même que l'île de Malte.
- la Façade Atlantique permettant la navigation le long du Portugal, de l'Espagne, et de la France
- les Îles Britanniques englobant les côtes de l'Irlande, de l'Écosse, du pays de Galles, et de la côte Est de l'Angleterre
- l'Europe du Nord se centrant surtout sur les pays de la Manche et de la Mer du Nord
- la Baltique qui comme son nom l'indique borde une partie du Danemark, l'Allemagne, la Pologne, les pays Baltes, la Suède, la Finlande, et Saint-Pétersbourg. (LUNDGREN J., 2006)
- la route vers le Grand-Nord ne concernant uniquement que la Norvège.

Deuxième bassin mondial, l'Europe est une région de croisière en plein essor. Elle ne suit pas la logique du tourisme de masse appliquée au bassin américain. L'attractivité des itinéraires se fait ici sur le potentiel touristique des villes d'escale. En effet, on voit des circuits intitulés par exemple « grandes capitales d'Europe ».

L'Italie, grâce à son patrimoine historique et culturel, est devenue la première destination de croisière en Europe. Le premier port méditerranéen n'est cependant pas italien mais espagnol, il s'agit du port de Barcelone. En effet, même aux portes de la ville, celui-ci possédait assez d'espace pour y développer de nouveaux quais et de cette manière accueillir plus de trois navires en même temps. (SORIANI S., BERTAZZON S., DI CESARE F., RECH G., 2009)

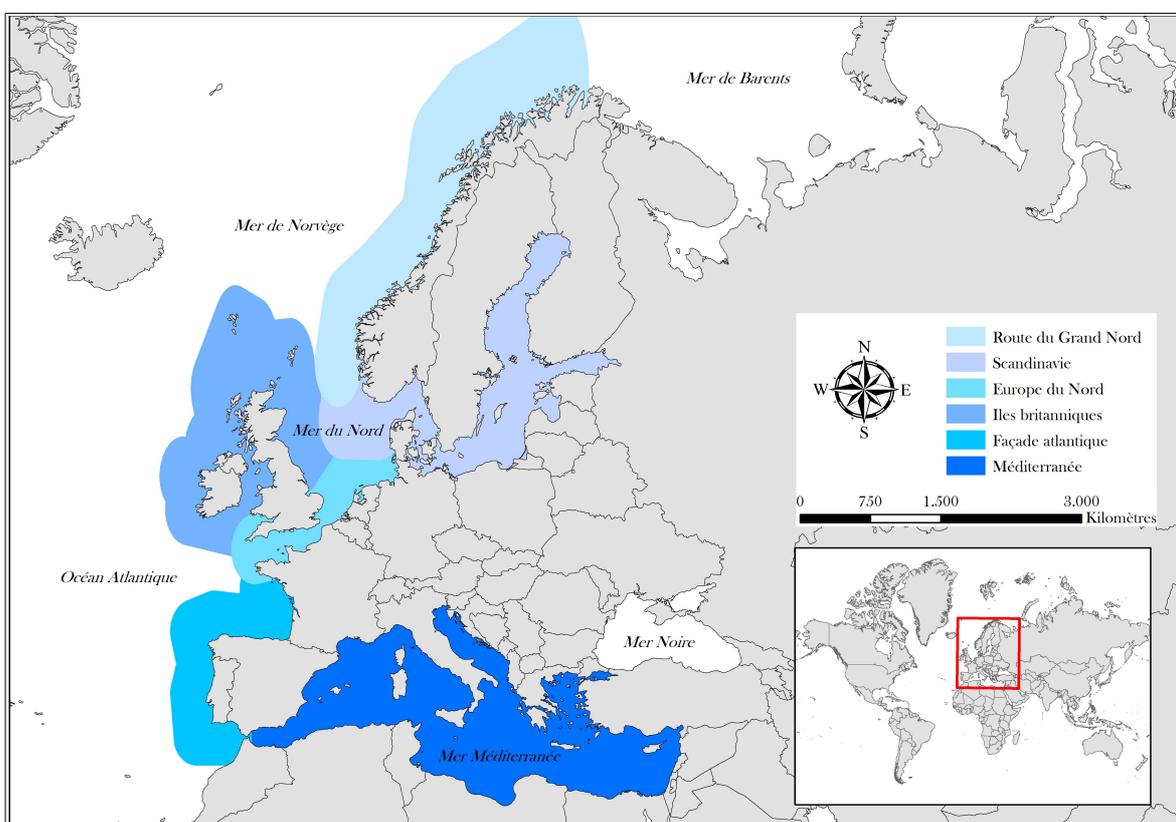


Figure 16 : Les différents sous-bassins européens  
Réalisation : Furlanetto G. , CIRTAI - IDEES, 2014.

Le sous-bassin norvégien est l'une des régions les plus prometteuses et qui connaît une croissance constante. Le pays a dépassé son record du nombre de croisières en 2013

avec environ 2200 escales correspondant à environ 3,1 millions de passagers. Cette croissance fut permise grâce à des stratégies d'agrandissement. La première méthode fut de combler le trou saisonnier hivernal en proposant des croisières spéciales « marché de Noël » par exemple. (SLETVOLD O., 2006)

Les îles britanniques mettent en place divers équipements de manière à accroître le nombre d'escales de croisières. Ils vont par exemple rénover ou construire de nouveaux quais d'accueil ou même développer des ports en binôme. Cette deuxième stratégie est, par exemple, appliquée au cas de Southampton. En effet, de manière à désengorger le premier port anglais, le port de Portsmouth serait prêt à accueillir des croisières tout en desservant le même hinterland. (ROBBINS D., 2006)

*•Reste du monde :*

En parallèle à ces deux principaux marchés, de plus petits bassins continuent à se développer. On y retrouve :

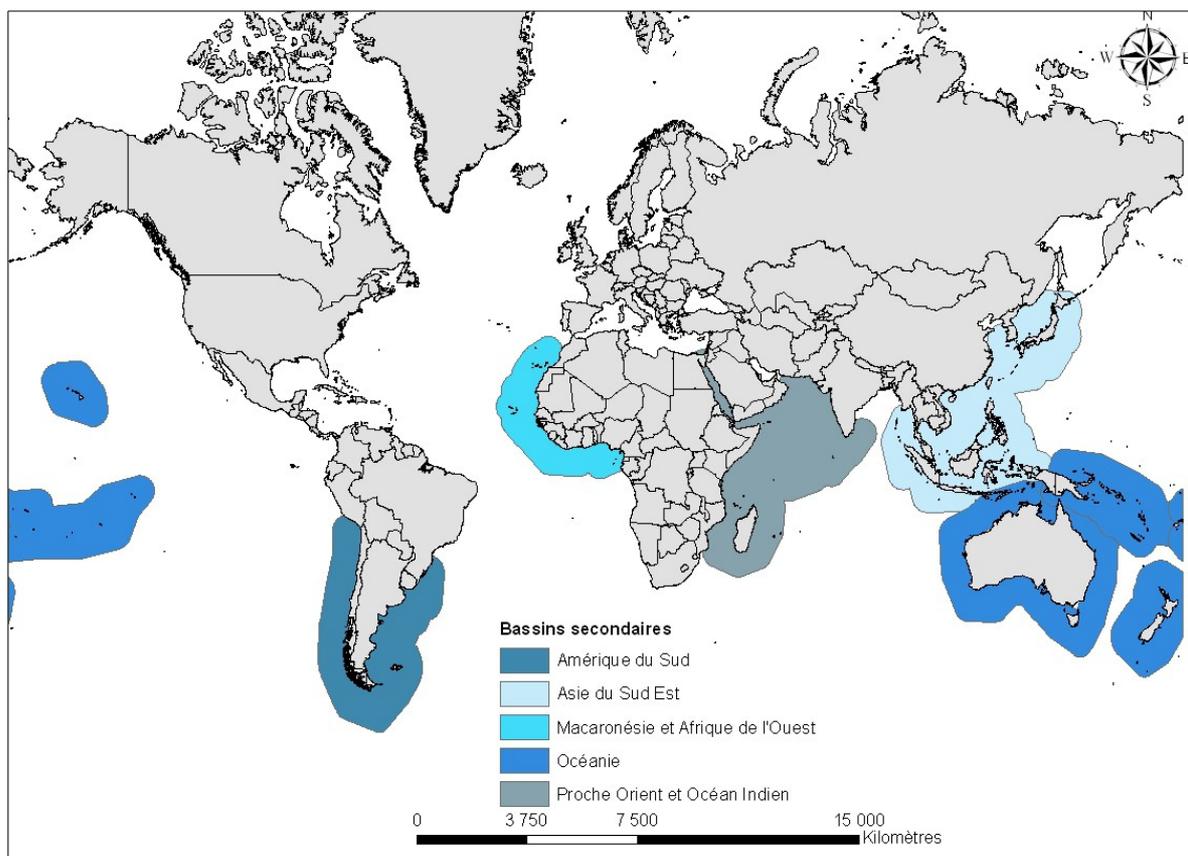
- l'Amérique du Sud et l'Antarctique : ce bassin part d'Argentine, d'Uruguay ou du Chili et en passant par le Cap Horn, se connecte aux croisières exploratrices en Antarctique.
- les îles de la Macaronésie (Açores, Madère, Canaries, Cap-Vert) et les côtes Ouest africaines.
- le Pacifique, très vaste bassin, touche l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Mélanésie, la Micronésie, la Polynésie, l'Océanie, et Hawaï.
- l'océan Indien concernant principalement l'Île de la Réunion, Madagascar, le Sri Lanka, les côtes indiennes, ...
- l'Asie du Sud-Est

Tous ces bassins sont encore peu connus des clientèles habituelles du secteur. Le plus avancé est celui du Pacifique car les itinéraires sont souvent au départ d'Hawaï souvent pour des boucles locales même si le marché australien connaît une belle croissance. Le marché de l'Antarctique est un marché de niche réservé à de petits bateaux car les conditions de navigation y sont difficiles.

Le bassin asiatique est le marché émergent de ces dernières années. Costa et RCCL se sont lancés sur le marché depuis 2012 car auparavant, la clientèle et les ports n'étaient

pas prêts à accueillir ce nouveau mode de tourisme de masse. En effet, il fallut attendre les cinq dernières années pour voir apparaître la construction de terminaux et d'infrastructures permettant l'accueil des grands paquebots de croisière. L'année 2012 a marqué la construction de deux terminaux asiatiques : celui de Hong Kong et celui de Singapour. De telles infrastructures représentent un attrait pour que les compagnies y placent des escales ou même certains départs.

L'ensemble des relations entre ces bassins sera développé plus loin car de nombreux facteurs non-géographiques doivent être pris en compte.



**Figure 17 : Les bassins secondaires de croisière**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

### ***III.3.3. Marchés européens***

La fréquentation des ports de croisière en Amérique du Nord est passée de 71 % à 59 % en dix ans. Ce phénomène reflète l'intérêt grandissant des croisiéristes pour l'Europe grâce notamment à ses nombreux sites historiques et culturels mais aussi à sa facilité d'accès via les nombreux hubs aéroportuaires (BOUYER C., 1998). Dès lors et afin de mieux comprendre l'évolution des différents sous-bassins, il est intéressant d'approfondir l'étude des marchés selon les pays.

La croisière anglophone se distingue par deux aspects totalement différents. D'un premier côté, la clientèle britannique suit la tradition des transatlantiques et se lance la première dans les croisières itinéraires. La pratique de la langue anglaise leur aura même permis de mieux s'insérer dans le marché américain au sein des Caraïbes. De l'autre côté, il aura fallu attendre les années 1990 pour que des circuits fassent escale dans les ports anglais. Plusieurs compagnies telles que P&O, CTC ou Fred Olsen, étant basées en Angleterre, le pays put développer rapidement son secteur croisière, allant jusqu'à rattraper son retard sur l'Allemagne. En effet, en 1992, Harwich est choisi comme port de départ pour RCCL à la place de celui de Douvres déjà saturé par les lignes de ferries reliant le Royaume-Uni au continent. Southampton va ensuite très vite dominer les autres ports anglais grâce sa localisation optimale à l'entrée de la Manche et grâce à des infrastructures déjà adaptées au transport de passagers suite à son passé de port d'immigration (PEISLEY T., 2000).

À cheval sur la Mer du Nord et la Mer Baltique, l'Allemagne peut tirer avantage des deux bassins. Le pays put bénéficier de l'impulsion économique mais également de la création d'une compagnie de croisière allemande et pensée pour les allemands : Aida Cruises. Le lancement des premiers navires permit un changement de mentalité auprès des populations en éveillant un sentiment de fierté nationale. L'Allemagne sera alors le précurseur de la croisière en Europe du Nord en répondant aux attentes de la demande. Par la suite, RCCL va s'associer à TUI Cruises afin de répondre à la demande croissante de cette partie du marché européen. Actuellement, le nombre de croisiéristes allemands atteint environ 1,2 millions de passagers. La clientèle allemande resta inférieure à la clientèle britannique mais la croissance allemande fut jusqu'à trois fois supérieure. Cette croissance se répercute donc évidemment sur l'activité portuaire notamment via la construction de

nouveaux terminaux de croisière tel que le binôme des Columbus Cruise Center de Bremerhaven et de Wismar permettant alors d'avoir une porte d'entrée sur la mer du Nord et sur la mer Baltique via la même équipe de gestion.

Le rythme de développement de la croisière étant rapide, il faut faire face à une rude bataille pour les territoires entre les différentes compagnies de croisières. Les prix français étant relativement élevés, cela pose un frein au développement de l'activité. De plus, les grandes compagnies tentent également de faire des efforts afin de diminuer la barrière culturelle et linguistique qui se pose sur le marché français (ATOUT FRANCE, 2011). Cependant, malgré ces freins, le marché croît, il est passé de 347 000 passagers en 2009 à 387 000 passagers en 2010. De manière à continuer cette progression, des grandes stratégies marketing sont mises en place : campagnes télévisées, radios, presse écrite, promotions internet, salon des vacances, ...

#### **III.4. Configuration économique**

Une des questions principales concernant le fonctionnement économique de la croisière est de comprendre si l'offre génère ou suit la demande. Selon l'option choisie, les stratégies de développement seront complètement différentes. Ce point va donc se construire en deux parties. Tout d'abord quel est l'état de l'offre, et comment celle-ci interagit avec la demande, et ensuite, comment les compagnies assurent leur équilibre budgétaire ?

##### **III.4.1. Offre de croisières**

L'offre en terme de navire de croisières est assez disparate mais des tendances continues s'observent aisément, notamment celle de la capacité grandissante des navires.

###### **•Offre en terme de capacité**

La part de jeunes navires reste assez faible comparée à la flotte totale mondiale même si leur capacité y est nettement plus élevée que la moyenne globale. En effet, le tableau suivant répertorie l'âge, la capacité et le tonnage des navires en activité durant l'année 2013. Notons cependant que la durée de vie d'un navire peut aller jusqu'à trente ans.

On observe facilement que même si la capacité cumulée des navires a tendance à se

stabiliser, la capacité moyenne ne fait que croître. D'année en année, les constructions de bateaux se sont faites moins nombreuses mais ceux-ci sont de plus en plus grands. Il faut cependant contraster les chiffres de l'offre mondiale par le fait que certains navires plus anciens ont été rénovés. Les navires les plus récents à être sortis des chantiers navals ne sont donc pas tous neufs.

Cette tendance de la diminution du nombre de nouveaux bateaux peut s'expliquer par le fait que les marchés asiatique, sud-américain et australien ne croissent pas assez vite pour justifier autant d'investissements, comme ce put être le cas dans les années 90. La crise européenne impacte les chiffres du secteur actuellement et pour les années à venir car la construction d'un navire demande un très lourd investissement.

Année de construction	Nombre de navires	Tonnage moyen	Capacité moyenne (Passagers)	Capacité cumulée (Passagers)
Avant 1970	10	11 072	427	4274
1970-1980	11	18 008	589	6484
1980-1984	20	19 112	619	12 391
1985-1989	22	23 696	684	15 050
1990-1994	37	35 105	960	35 537
1995-1999	49	57 626	1 435	70 362
2000-2004	60	76 695	1 840	110 445
2005-2009	40	95 849	2 427	97 082
À partir de 2010	33	93 767	2 329	76 880

**Tableau 5 : Évolution de la taille moyenne des navires par année de construction**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2013**  
**Source des données : (WARD D., 2013)**

En effet, le tableau ci-dessus nous figure, avec exactement les mêmes sources que le tableau 5, des données différentes. Les navires ont ici été classés selon leur dernière année de mise à l'eau. Les résultats mettent alors en avant que de nombreux navires ont été rénovés ces dix dernières années. De manière à pouvoir s'implanter sur de nouveaux

marchés et à faire concurrence aux navires plus récents, il était indispensable qu'ils subissent une rénovation complète du design des espaces communs et des cabines, de même que des activités à bord. Il restait cependant impossible de toucher à la superstructure du bateau à savoir sa longueur et son tirant d'eau, donc de l'extérieur ces bateaux ont en moyenne peu changé (ATOOUT FRANCE, 2011) même si on observe une jumboïsation de plus en plus fréquente des navires.

De manière à diversifier l'offre de produits et de la sorte à attirer une nouvelle clientèle, on a vu apparaître une prolifération des croisières à thème : croisière gastronomique animée par de grands chefs, croisières photographiques, œnologiques, idoles des jeunes, opéra, Disney, ... En parallèle, les compagnies mettent de plus en plus à disposition des infrastructures pour des croisières d'affaires (*team building* ou conférences) (NOBIS V., 1993).

Année de dernière mise à l'eau	Nombre de navires	Tonnage moyen	Capacité moyenne (Passagers)	Capacité cumulée (Passagers)
Avant 1990	11	6 599	168	1 851
1990-1994	25	46 044	1 227	30 680
1995-1999	35	54 244	1 371	47 988
2000-2004	67	70 968	1 715	114 914
2005-2009	76	67 573	1 769	134 446
À partir de 2010	68	60 245	1 450	98 626

Tableau 6 : Évolution de la taille moyenne des navires par année de mise à l'eau  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2013.  
 Source des données : (WARD D., 2013).

• Compétition au sein de l'offre

La compétition au sein de l'offre se fait d'abord sur les prix mais ensuite, elle se fait également sur les équipements du navire, à savoir le nombre de piscines, la présence d'un centre de fitness, d'un spa, le nombre de ponts, le nombre de passagers à bord, ... Dans un

troisième temps, la compétition se fera aussi sur les facteurs extérieurs tels que la saison, la date des vacances scolaires, le climat de la destination, la stabilité politique et économique,...

Notons que malgré cette hyper-concurrence entre les opérateurs, et ce même si deux grands groupes contrôlent la majorité du marché, il existe des petites compagnies à vocation plus réduite. Celles-ci ont soit une flotte beaucoup plus petite, soit elles sont focalisées sur un marché de niche peu exploité par les grandes compagnies. C'est le cas par exemple de TAAJ Cruise qui va exploiter des navires ne lui appartenant pas dans le but de proposer des croisières 100 % francophones. C'est également le cas de Hurtigruten qui se situe à mi-chemin entre ferry et croisière le long des côtes norvégiennes (ROUSSAT C., 2000).

*•L'offre répond-elle à la demande ?*

De nombreux écrits tendent à dire que c'est l'offre qui conditionne la demande et non l'inverse. En effet, c'est la création de nouveaux navires, les politiques de baisse des prix ou la création de nouvelles destinations qui vont stimuler la demande et apporter de cette manière de nouveaux clients. Cette hypothèse peut également être confirmée par le fait que l'offre en terme de capacité peut parfois dépasser la demande. Celle-ci dépassa effectivement la demande sur le marché américain mais l'industrie des croisières se mettre en place de bonnes politiques d'adaptation de manière à relancer la demande, politiques qui seront détaillées plus loin (ATOOUT FRANCE, 2011).

### ***III.4.2. Demande***

Dans l'analyse de la demande de croisière, un aspect particulier de celle-ci peut être identifié. Il s'agit des efforts d'attractivité des ports pour augmenter le nombre de navires en escale dans leurs infrastructures. En effet, il a été prouvé qu'avoir des terminaux modernes, spacieux et bien équipés s'avère une méthode très efficace pour attirer les compagnies de croisières. La qualité des services portuaires proposés joue également un rôle non négligeable, de même que la présence de tours opérateurs réputés permettant de proposer des excursions de qualité aux passagers.

Comme dans l'analyse globale du marché, la majorité de la demande se trouve aux États-Unis. Cependant, la demande européenne ne cesse de croître. Les marchés asiatiques

et australiens qui sont encore balbutiants en comparaison des Caraïbes, se révèlent quant à eux être de bons foyers pour les développements futurs du secteur.

### ***III.4.3. Recherche de l'équilibre budgétaire***

La recherche de l'équilibre se fait tout d'abord en faisant un état des lieux des recettes et des dépenses courantes. Ensuite, en fonction du résultat, différentes stratégies de capture des revenus à bord peuvent être mises en place.

#### ***•État des lieux des recettes et des dépenses***

Malgré un profit toujours important (15,4 milliards de \$ de revenus pour 1,3 milliards de \$ de profit net en 2012 pour CC, 7,7 milliards de \$ de revenus pour 432 millions de \$ de profit net pour RCCL), les crises économiques, et la récession engendrée par celles-ci, ont fait diminuer les recettes des différentes compagnies. Les investisseurs deviennent frileux pour se lancer dans de grandes dépenses. En effet, en parallèle à la construction de quelques nouveaux navires, on a tendance à observer beaucoup de vente/achat de bateaux, passant alors d'une compagnie à une autre. On observe également des partenariats entre des compagnies de croisières et des compagnies du secteur global du tourisme. La croisière se démocratise, devient un produit plus courant (DOWLING R., 2006).

De plus, le marché de la croisière ne peut pas s'analyser à une échelle micro-géographique où il est le seul secteur pris en compte, il faut prendre en compte les marchés avoisinants du marché des croisières comme le sont les chantiers navals par exemple (DOWLING R., 2006). Avant de savoir quelles sont les stratégies mises en place par les compagnies pour augmenter leur marge bénéficiaire, il est utile de savoir où se font les recettes et les dépenses.

Si l'on regarde alors les rentrées faites sur l'ensemble du secteur, 19 % proviennent des dépenses des passagers, 38 % proviennent des bénéfices engendrés par la création de nouveaux navires pour les chantiers, 8 % sont dû aux salaires des membres d'équipage et enfin 35 % des recettes du secteur se font sur le rachat de compagnies (ECC, 1997). Il est impossible de modifier les recettes du chantier naval donc les économies d'échelles devront se faire ailleurs. Les compagnies devront alors jouer sur le plan de l'exploitation et celui de la commercialisation. Cependant, le rôle joué par les sociétés dans l'exploitation peut être

très différent : elles peuvent être propriétaires, locataires ou simplement affrêteurs du navire. Certaines vont jusqu'à diviser la compagnie en fonction des rôles à jouer dans l'objectif de profiter de plus d'avantages fiscaux (MESSAGER M., et al., 2010).

La croisière subit d'importants coûts fixes à prendre en compte dans les stratégies de vente. En effet, l'armateur doit amortir le coût de construction du bateau mais également son entretien de plus en plus exigeant suite à la mise à jour des normes SOLAS, son carburant, les coûts de pollution lié aux gaz à effet de serre (suite au système pollueur-payeur), les traitements des eaux usées et des déchets, les frais d'escales, les taxes portuaires, les assurances,... Les normes SOLAS abordent de nombreux points tels que les règles de compartimentage et de stabilité, les normes de protection incendie, le matériel de sauvetage, de radiocommunication, le règlement de navigation, les spécificités relatives aux transports de marchandises particulières ou dangereuses, les lois en vigueur pour les navires à propulsion nucléaire ou à grande vitesse,... À cela, il faut rajouter les coûts variables selon le type de croisière : la nourriture, les boissons, les produits d'entretien,... À l'opposé, les sources de rentrées sont plus réduites : le revenu net du prix de la croisière, les dépenses à bord des passagers, et la marge bénéficiaire sur la vente d'excursions (MESSAGER M., et al., 2010).

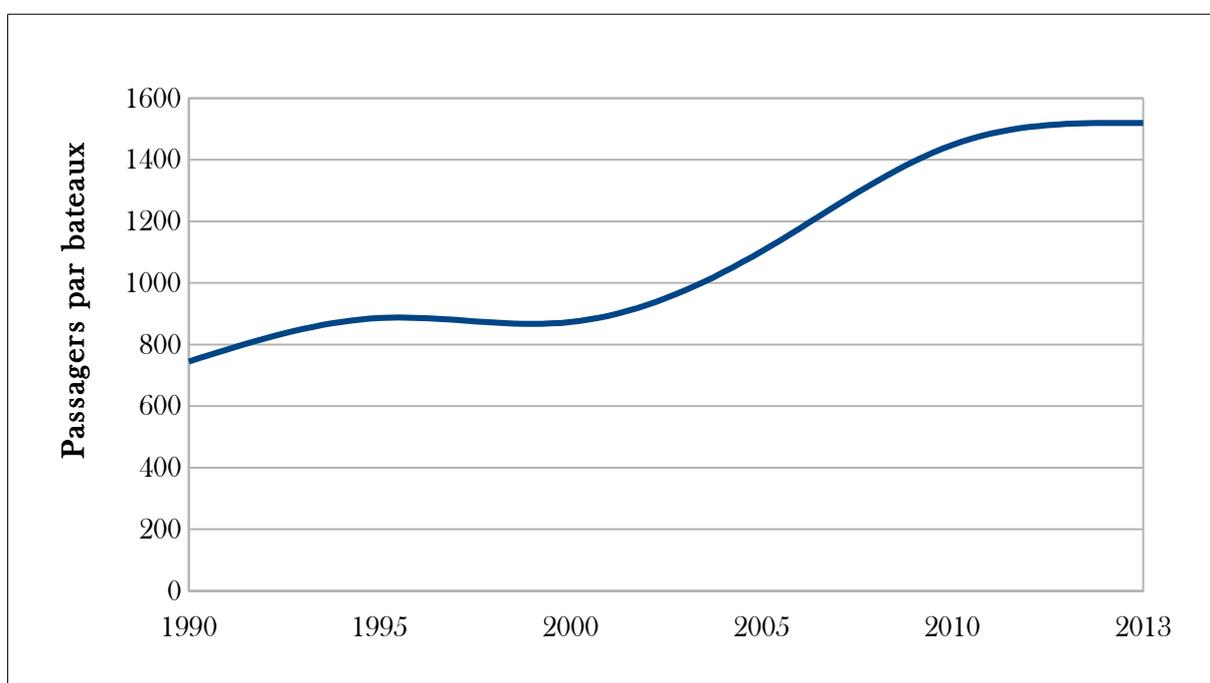
• Première stratégie : augmenter le nombre de passagers

Pour pouvoir augmenter le nombre de passagers à bord d'une croisière, il existe deux possibilités : augmenter la capacité du navire ou augmenter le taux de remplissage de celui-ci. Comme expliqué lors de l'analyse de l'offre de croisières, au fil des années la capacité moyenne des navires s'est faite de plus en plus importante (cfr figure 18).

Ce gigantisme fut permis grâce à différentes théories de rationalisation économique. La principale est la théorie de la McDonaldization. Elle repose sur cinq principes essentiels : l'efficacité, la calculabilité, la prévisibilité, le contrôle et l'irrationalité de la rationalité. Ce processus permet de réduire de la sorte les pertes de revenus en contrôlant mieux les dépenses faites par les passagers. Par exemple, pour la première composante, les restaurants vont imposer des quotas de repas à préparer de manière à produire plus rapidement et efficacement. Pour la seconde et la troisième composante, les compagnies, via des questionnaires ou des enquêtes téléphoniques vont tenter de calculer les préférences des consommateurs de manière à être plus adaptées et à mieux prévoir les

attentes de ceux-ci (WEAVER A., 2005).

Afin de pouvoir embarquer de plus en plus de passagers, il a été nécessaire de repenser le navire et ses cabines. Pour cela la première option utilisée fut d'augmenter le tonnage du bateau en augmentant le nombre de ponts ou encore la longueur du navire. Étonnement, en plus de cette augmentation de taille, ces paquebots ont bénéficié de plus grands espaces communs. On y voit notamment de plus en plus de magasins à bord, de salles de cinéma, de restaurants,... Il aura alors fallu utiliser la deuxième option : rentabiliser l'espace en minimisant la taille des cabines standards mais également des espaces voués aux membres d'équipages.



**Figure 18 : Évolution de la capacité moyenne des navires**

Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.

Sources des données : (WARD D., 2013).

*Cette figure illustre l'évolution du nombre moyen de passagers par navires depuis les années 90. On y observe une croissance très nette.*

La deuxième méthode pour augmenter le nombre de passagers est de s'assurer que toutes les cabines soient occupées. En effet, un voyage avec une cabine vide est une perte nette pour l'armateur. Afin de pallier ce problème, les compagnies se sont associées avec

des tours opérateurs, des compagnies aériennes ou même des agences de voyage dans l'optique de mettre en place des packages comprenant la croisière et le vol amenant le passager au port d'embarquement. Cette stratégie permit de passer outre le problème de saison mais accrut la dépendance des ports à de bonnes plates-formes aéroportuaires (MADDAH B. et al., 2010). Elle fut d'autant plus efficace à la suite de la démocratisation des vols à moyenne distance notamment grâce aux compagnies de type « *low cost* », en Europe principalement

Cependant, face à la saturation du marché primaire de la croisière que sont les Caraïbes, de plus en plus de compagnies repositionnent leur navire sur d'autres marchés. Malheureusement, le gigantisme de ces navires ne permet pas toujours de circuler partout et de s'arrimer dans tous les ports. La taille des bateaux aura donc vraisemblablement tendance à se stabiliser dans un futur proche (VERONNEAU S., ROY J., 2009).

Dans l'optique d'augmenter le nombre de passagers effectuant une croisière, les revues spécialisées insistent sur le besoin d'attirer de nouveaux clients. En effet, Vladimir Dickinson assure que la croisière ne peut maintenir son taux de croissance que s'il y a au minimum 40 % de nouveaux croisiéristes (passagers effectuant leur première croisière) par an. Il est donc vital que les compagnies sortent de leur zone de confort. Pour ce faire, elles vont user des médias sociaux, inviter des célébrités à bord, faisant de la sorte leur publicité, établir des partenariats avec des émissions télévisées ou des radios. Elles vont également profiter de la réalisation d'événements à bord tels que des demandes en mariage, et les placer en ligne. De cette manière, elles augmentent leur visibilité auprès de la génération internet.

• Deuxième stratégie : jouer sur les prix

Les prix ont un impact significatif sur le processus de prise de décision et sur le comportement du touriste. Les compagnies proposent de plus de plus de politiques de réduction de prix afin de garder leur bateau au maximum rempli. Cependant, l'apparition de croisières à bas prix détruit toutes les normes standards appliquées d'ordinaire. En effet, les croisières sont habituellement classées selon leur sensibilité au prix qui permet de mettre en exergue les effets de loyauté des marques. Ces politiques restent cependant très efficaces. Par exemple, 2001 fut la première année où l'on observa une baisse du nombre de passagers embarquant pour une croisière. Une adaptation de prix permit une croissance

de 16 % l'année suivante (PETRICK J-F., 2005).

En parallèle, des compagnies de croisières de type « *low cost* » fonctionnant de manière similaire aux compagnies aériennes ont vu le jour telles que la compagnie EasyCruise. La compagnie vise une clientèle plus jeune en suivant le concept de sa compagnie sœur EasyJet. Il n'y a ni luxe, ni beau dîner mais des cabines très basiques au prix de 37,5 euros par nuit par personne. Ce prix ne comprend que la cabine, tout le reste est payant. Les passagers sont encouragés à descendre du navire lors des escales car aucune activité n'est proposée à bord. De plus, le bateau ne passe que deux à trois heures en mer. Malheureusement, elles ne fonctionnent pas vraiment car les dépenses à faire par les passagers à bord sont alors beaucoup trop importantes (ATOOUT FRANCE, 2011).

Dans cette optique de vendre des croisières moins chères, il devient de plus en plus courant de réduire la durée de la croisière. On propose alors des séjours allant de trois à cinq jours à un prix inférieur au prix pour une semaine complète.

• Troisième stratégie : augmenter les revenus à bord

Les navires de très grande taille sont beaucoup plus propices à cette stratégie financière. En effet, ils vont jusqu'à être considérés comme des enclaves touristiques dans lesquelles les passagers ne descendent plus au port d'escale. Ces navires ont développé de très nombreuses activités à bord de manière à mieux capturer des revenus et à veiller à ce que le client ne s'ennuie pas. Les apports financiers sont alors plus faciles car beaucoup de ces activités ne sont pas incluses dans le prix de vente de la croisière (WEAVER A., 2005). Dans de tels cas, le navire est vu comme la destination et non plus les villes d'escales.

Le fait d'obtenir des revenus par les dépenses des passagers à bord permet de diminuer la dépendance des navires vis-à-vis des villes d'escales. Tout d'abord, le prix de vente de la croisière se fait par passager et non par cabine comme cela serait le cas dans un hôtel. De la sorte, les croisiéristes peuvent faire payer deux personnes en prix plein par chambre. Ensuite, même si les repas sont inclus, le passager se voit, la plupart du temps, contraint de sortir son portefeuille pour régler la note de ses boissons dans le cas où elles sont alcoolisées (les navires de la compagnie Aida Cruises ne font pas payer la bière en supplément). S'il veut participer à des activités (spa, salle de fitness, cours de danse, ...), il doit également payer sa participation (WOOD R., 2000). De la sorte, les compagnies de croisières peuvent vendre leurs séjours à bas prix tout en continuant à faire du profit.

Le tableau ci-dessous présente la répartition des dépenses et des recettes d'une croisière rapportée à la vente du billet (celle-ci représente 100 %). On y constate que les revenus à bord permettent de contrebalancer l'ensemble des dépenses qui doivent être faites. Sans ceux-ci, la compagnie ne pourrait pas amortir les coûts globaux liés notamment à la construction du navire ou aux salaires des membres d'équipage.

	Vente du billet	Transport	Marketing	Nourriture & Boissons	Frais de manutention	Revenus à bord
CCL	100	-20	-16	-8	-31	33
RCL	100	-25	-18	-7	-35	39

**Tableau 7 : Analyse de l'équilibre budgétaire des compagnies de croisière rapporté au prix de vente du billet**

Sources : D'après (PAPATHANASSIS A., 2009)

Ces dernières années, la tendance des smartphones amène de nouvelles pistes pour communiquer mais également pour imposer des éléments payants permettant de la sorte d'augmenter les revenus à bord.

*• Quatrième stratégie : traiter son image de marque*

Certaines compagnies, dans l'objectif de se démarquer, vont plutôt jouer sur leur image que sur leur prix. Par exemple, RCCL a visé une stratégie de qualité du service plutôt qu'un nombre maximal de passagers. La compagnie évite ainsi une approche agressive vis-à-vis du client. De plus, dans la plupart des cas, il s'avère que les filiales ont une marque bien distincte au point de vue de la commercialisation. Les stratégies de marketing ne peuvent donc être identiques pour toutes.

Notons également qu'il est plus facile et certainement moins coûteux de s'appliquer à garder ses clients plutôt que d'en chercher de nouveaux. Les compagnies mettent alors en place des systèmes de fidélisation de leur clientèle. Ce concept mêle un engagement psychologique et comportemental (PETRICK J.F., 2004).

• Autres stratégies

La croisière est un secteur très concurrentiel, que ce soit au niveau des armateurs, au niveau des constructeurs, des ports, ... Dans cette optique de compétitivité et dans l'objectif d'acquérir de meilleurs apports financiers, plusieurs compagnies ont fait le choix de s'introduire en bourse. Ceci peut être vu comme une stratégie de développement mais est également à double tranchant dans le cas où la compagnie, ou une de ses filiales, cessent de vendre suffisamment (TOURRET P., 2011).

Toujours dans cet esprit de compétition, une nouvelle tendance s'observe de plus en plus fréquemment. En effet, les ports, pour attirer des compagnies, offrent certaines sommes d'argent. Par exemple, le port de Houston offrit, début 2013, 7 millions de dollars de manière à avoir plus d'escales et même certains départs de croisière au sein de la ville. Même si l'investissement peut être considéré comme important, les retombées qu'apportent le secteur le sont d'autant plus. Une étude a démontré que les retombées potentielles globales d'un accroissement de croisiéristes dans le port de Houston pourraient s'élever jusqu'à 200 millions de dollars, tous secteurs confondus.

De manière plus globale et afin de promouvoir la croisière sur le plan international, de nombreuses associations de compagnies, ou/et de ports ont vu le jour. Récemment, elles ont même été regroupées sous une seule effigie : CLIA. Chaque région ayant sa propre filière. Même si la centralisation des informations et stratégies se fait au niveau global, les budgets resteront au niveau local. Un des premiers objectifs que s'est fixé la CLIA est d'identifier les différents marchés et en fonction de ceux-ci, de créer une antenne ou de fusionner avec les associations existantes. De cette manière, une représentation est assurée dans chaque région.

L'impact des fusions-acquisitions, très présentes au sein des deux groupes principaux, a permis de créer de vastes zones de libre-échange. Fondée sur de nouvelles stratégies de rationalisation des processus logistiques, cette stratégie permet de mieux penser les achats et de mieux gérer la logistique (WOOD R., 2000). Les compagnies font également appel à des firmes spécialisées en stratégie financière, usent des pavillons de complaisance pour contourner les réglementations sociales et environnementales, ... dans l'espoir de voir leur bénéfice augmenter (CLANCY M., 2008).

Dans le but de limiter les annulations de dernières minutes entraînant des pertes

nettes, les compagnies de croisières ne remboursent le séjour que sous conditions. En moyenne, les clients ne sont totalement remboursés que s'ils annulent au minimum 70 jours avant la date du départ. Cette stratégie limite alors les annulations (TOH R-S., RIVERS M.J., LING T.W., 2005).

### **III.5. Différentes tendances à venir**

Plusieurs tendances, ayant un impact possible dans les années à venir, peuvent s'observer actuellement. Ce sont des problématiques discutées par les experts du secteur des croisières, qu'ils proviennent des compagnies maritimes, des ports, des offices de tourisme, ou des autres filiales, et par la presse spécialisée.

#### ***III.5.1. Problématique du carburant***

La hausse du prix du carburant a un impact négatif tant sur le transport de marchandises que pour la croisière. En connaissance de la diminution des ressources en énergies fossiles, le prix du baril de pétrole ne cessera d'augmenter au fil des ans. Malheureusement pour le secteur touristique maritime, le carburant représente à lui seul 15 à 20 % des frais totaux des différentes compagnies de croisières. Celles-ci vont alors mettre en place différentes stratégies dans l'objectif de réduire le coût global.

La stratégie la plus aisée serait de reporter la hausse du coût du carburant sur le prix de vente des tickets de croisière et donc sur le passager. Seulement, pour ce faire, la législation impose d'en informer le client.

Une seconde stratégie, celle mise en application actuellement, est de diminuer la consommation globale de carburant. Pour cela, différentes méthodes sont possibles. Une solution est de repenser les itinéraires en diminuant la distance entre deux escales de manière à réduire la vitesse moyenne de navigation et de passer plus de temps au port. En effet, diminuer la vitesse réduit la combustion et donc la consommation de carburant. De même, passer plus de temps à quai permet d'utiliser des installations électriques (telles que le courant à quai pour peu qu'il soit instauré) et de la sorte ne pas utiliser de carburant. Une deuxième proposition est de mieux gérer la consommation. L'utilisation de l'air conditionné est mieux raisonnée, de même que l'utilisation des appareils électriques. Enfin, il est également possible d'améliorer les technologies au sein même des moteurs en

contrôlant par exemple la température de combustion du carburant ou par l'addition de certains produits ou d'air.

### ***III.5.2. Problématique de la maintenance des navires***

La partie la plus critique dans l'activité des navires est la période de maintenance des paquebots. Les navires, comme des hôtels, s'usent et s'abîment au fil des années et des flux de passagers passant à bord. Il reste, pour les compagnies, moins cher de rénover ces bateaux plutôt que de construire de nouveaux bâtiments. Cependant, cette période de maintenance doit être planifiée longtemps à l'avance en fonction des facteurs géographiques, d'espaces disponibles et de qualité des équipements. La Cunard et la P&O Cruises vont par exemple épargner en plaçant leur navire en réparation à proximité de leurs aires de navigation. De plus, selon l'aire géographique des croisières, les besoins en terme de rénovation ne seront pas les mêmes. Par exemple, Hapag Lloyd dût changer la « couverture » de la coque de certains de ces bateaux en la remplaçant par une peinture résistante au froid et moins polluante pour les eaux arctiques ou antarctiques. Les rénovations peuvent donc aller d'une mise aux normes environnementales, une mise aux normes de sécurité, une remise à niveau des machines, ou encore à une extension des espaces publics, ou à une remise à neuf des sols (moquettes, parquets, ...), ...

### ***III.5.3. Problématique du développement durable***

De plus en plus de compagnies, suite aux réglementations et aux accords mondiaux en vigueur concernant l'environnement, essayent d'améliorer leur durabilité en perfectionnant les systèmes d'épuration des gaz à effet de serre, en choisissant mieux leur source d'approvisionnement en boissons et en nourriture, ...

Dans cette même optique de diminuer leur empreinte environnementale, certains ports norvégiens ont développé des quais flottants. Cette technique leur permet d'accueillir des grands paquebots ne pouvant s'amarrer aux quais déjà présents.

L'Amérique du Nord a mis en place des zones de contrôle des émissions de gaz à effet de serre. Même si cette mesure n'est pas prise exclusivement pour diminuer l'impact

de la croisière sur son environnement, il n'en reste pas moins que ses répercussions ne sont pas négligeables. Ces réglementations fixent le taux de soufre à 1 %. Cette limite doit être atteinte au plus tard pour janvier 2015. De manière à répondre à ces nouvelles lois, plusieurs compagnies investissent dans les nouvelles technologies. Elles ont par exemple mis en place des filtres à particules sur les cheminées d'évacuation.

### **III.6. La croisière, c'est quoi ?**

L'industrie des croisières est de plus en plus prise au sérieux. En effet, de nombreux gouvernements ou autorités locales mettent en place des stratégies de développement pour rendre certains ports plus attractifs. Le secteur a évolué et est actuellement beaucoup plus riche et complexe qu'il n'a pu l'être à ses débuts. Les destinations sont plus nombreuses et variées, les activités à bord de plus en plus diversifiées,... Les conséquences directes en sont par exemple une augmentation de 11 % du nombre de passagers depuis 2004 (DOWLING R., 2006).

En connaissant son évolution et ses différentes configurations, il est intéressant de formuler une typologie des croisières. Aujourd'hui, il existe quatre méthodes de classifications permettant de se référer à l'ensemble des aspects abordés au cours de cette étude. La première méthode s'applique au cas des touristes à bord. La deuxième s'effectue sur le type de compagnie et la philosophie principale de celle-ci. La troisième classification se fait sur la répartition de temps entre le temps passé en mer et celui passé au port. Enfin la dernière classification se fait sur la durée de la croisière.

#### ***III.6.1. Classification des croisières***

Quatre types de classification peuvent se faire. La première suit la logique du touriste, la deuxième celle des compagnies. La troisième se fait selon le temps passé en mer. Enfin, la dernière se fait sur la durée du séjour à bord.

##### ***•Selon le touriste***

Lors de différentes études sociologiques menées par des auteurs anglais ou américains, notamment celle de GP. WILD en 2004, et de manière à mieux différencier les résultats possibles, une classification des touristes a été réalisée (WILD P., DEARING J.,

2004).

Les « *novices* » sont de nouveaux croisiéristes en quête d'expérimentation. Ce sont des touristes qui montent à bord sans avoir trop d'attentes si ce n'est celles de faire quelque chose de différent, de nouveau. Cette catégorie est une tranche de transition car les individus y entrant peuvent ensuite se retrouver dans une des autres catégories.

Les « *quinquagénaires* » ont en moyenne entre 46 et 54 ans et considèrent la croisière comme un mode de vacances très agréable, qu'ils en soient à leur première croisière ou non. Ils partent en séjour en espérant simplement se relaxer et profiter de ce que la croisière a à leur offrir.

Les « *prestiges* » sont des individus en quête d'expériences mais voulant se préserver une certaine exclusivité, ils ont un certain sens des valeurs et une conscience de l'argent. Cette catégorie se retrouve souvent à bord de bateaux naviguant dans des bassins peu fréquentés ou sur de nouveaux itinéraires comme au sein des régions polaires. Ils sont également à bord de navires proposant une bonne qualité de services.

Les « *explorateurs* » sont, quant à eux, souvent des personnes éduquées, qui aiment voyager, et qui ont décidé de partir en croisière pour découvrir de nouvelles destinations. Ils sont, comme leur nom l'indique, à bord de navire d'expédition vers des zones quasi inhabitées et souvent difficile d'accès.

Cette classification permet de mieux nuancer les résultats obtenus après enquêtes auprès de passagers de croisières et de la sorte de mieux comprendre les motivations et les attentes des croisiéristes. Ces études servent le plus souvent à comprendre le fonctionnement sociologique de la croisière, les relations entre passagers, les relations entre passagers et membres d'équipage,...

• *Selon la philosophie des compagnies*

Dans une autre optique, il est courant de classer les compagnies de croisière selon leur philosophie afin de faciliter le choix des croisiéristes en fonction de leurs attentes. En effet, chaque compagnie véhicule sa propre image de marque vantant le *fun* à bord, le service ou la qualité de ses escales. Quatre catégories ont de la sorte été créées.

Les « *Budgets* » sont des compagnies vendant des croisières à prix réduit soit en diminuant les services accordés aux passagers ou alors en diminuant la durée de la croisière. On y trouve par exemple Louis Cruise Line qui propose des croisières de courte

durée dans les îles grecques, Easy Cruise qui fonctionne sur le même concept que les compagnies aériennes *low cost*, Airtours qui finance de petites compagnies sans créer sa propre compagnie de croisière, ou encore Pullmantur, ...

Ensuite les « **Mercatiques** » sont des compagnies orientées marketing et rentabilité. Elles font par exemple appel à des *fun ships*, concept de bateaux dont la destination est le navire et non plus la ville d'escale. C'est généralement sur ceux-ci qu'on trouve les meilleures méthodes de captation des revenus à bord. On y retrouve par exemple les compagnies CCL principalement fixées sur le bassin des Caraïbes et mettant en place des stratégies de rentabilité drastiques, Costa Croisières suivant mais moins fortement la même philosophie au sein de l'Europe, RCCL qui est très proche de Carnival mais tout en prônant un service de qualité, ...

À mi-chemin entre la deuxième et la quatrième catégorie, on retrouve les « **Privilèges** ». Ce groupe prône une qualité de cabine et de service supérieure à la catégorie précédente. Les principales sociétés sont Princess Cruise qui met par exemple en avant la qualité de la nourriture servie à bord, Celebrity Cruises qui propose une foule d'activités et un service personnalisé constant, Cunard qui se repose sur un respect des traditions et une atmosphère tout droit sortie des grands paquebots transatlantiques, ou encore la Holland America Line qui offre des spectacles de grande qualité comme le Cirque du Soleil.

Enfin, la dernière classe est celle des « **Prestiges** ». Ces croisières sont réservées à une classe aux revenus plus élevés. Les compagnies la composant sont Seabourne qui propose le luxe dans le voyage et la découverte dans les escales, Silversea qui propose une ambiance sophistiquée des années 30 symbolisant prestige et élégance, ou encore Crystal Cruise désirant aller à la rencontre des besoins de ses clients de manière à les satisfaire au maximum.

Dans une catégorie à part, on observe la classe de « **Niches** ». Les compagnies rentrant dans cette division naviguent dans des zones peu fréquentées telles que l'Antarctique, les côtes africaines ou certaines zones asiatiques et généralement sur des plus petits navires. On y trouve par exemple la compagnie Quinoa proposant des croisières en Patagonie, en Antarctique, ou en Alaska. En plus des escales innovantes, ces compagnies de voyages d'expéditions proposent des excursions (souvent en zodiaque) hors des sentiers battus, ou encore Quark Expéditions proposant des croisières polaires (nord comme sud)

avec accompagnement francophone notamment.

•Selon le ratio temps en mer/temps au port

Les auteurs centrant leurs études sur les ports de croisière et non sur les touristes ou les compagnies ont mis en avant une séparation entre les navires ayant des itinéraires avec beaucoup d'escales, les « *destinations intensives* », et les navires ayant des itinéraires faisant peu d'escales voir aucune, les « *navigations intensives* ». Sur ce deuxième type de navire, on y privilégie la vie à bord (CHARLIER J., 1996).

Les croisières privilégiant les ports sont plus présentes en Europe. En effet, lors d'un circuit, et pour correspondre à cette classe, le navire passe la majorité de son temps au port. Par exemple, il arrive le matin dans un port d'escale et repart le soir en naviguant de nuit pour arriver à la ville d'escale suivante. Il est plus délicat d'appliquer ce type de croisières dans les Caraïbes, par exemple, car les distances entre deux ports y sont plus importantes.

Dans le second cas, la majorité du séjour à bord d'une croisière se fait principalement en mer. Le concept fut présenté pour la première fois dans la littérature académique par Jacques Charlier en 1996, mais il avait déjà été introduit dans la presse spécialisée. Cependant cette tendance s'est faite de plus en plus présente dans les revues professionnelles depuis 2008, sous les titres : « le navire, une destination en soi ». Il y est détaillé que les compagnies de croisières proposent actuellement des navires possédant toutes les infrastructures et animations nécessaires à bord pour satisfaire le touriste pendant son séjour. Ceci se fait en fonctionnant sous le même système que les hôtels-clubs, sous le système de la bulle touristique.

•Selon la durée de croisières

Dernièrement, même si elle influence peu les études, on peut faire une classification selon la durée de la croisière. On peut faire des *mini-croisières* ne durant pas plus de 4 jours, des croisières *hebdomadaires* plus classiques d'environ une semaine, ou des croisières *longs séjours* durant plus de sept jours (LOIS P., WANG J., 2005). Pour répondre à la crise financière et la diminution du budget des ménages consacré aux vacances, les responsables marketing des compagnies de croisières ont décidé de proposer des séjours plus courts. Par exemple sur un circuit fermé de 8 jours entre Le Havre et Copenhague, des séjours de 4

jours partant de la même ville mais proposant un port de débarquement différent seront alors vendus.

### ***III.6.2. Définition et critiques***

La croisière se définit donc comme *un séjour plus ou moins long à bord d'un navire qui offre l'hébergement, le couvert, et parfois des activités. Il parcourt un itinéraire bouclé ou ouvert, embarque ses passagers dans un ou plusieurs « home ports » et réalise des escales de transit.* Les croisières sont donc INTERNATIONALES, de minimum DEUX NUITS sur des navires ayant un minimum de CINQ CENTS PASSAGERS. Les navires de moins de 500 passagers étant plutôt considérés comme des navires de plaisance même si certains navires de croisière se déroberont à cette règle.

La définition fournie par l'OMT laisse la porte ouverte aux questions. En effet, cette définition prend en compte une très grande quantité de produits étiquetés croisière. Or, chacun de ces produits suit une logique différente. Par exemple, les croisières exploratoires ou scientifiques ne peuvent absolument pas être étudiées de la même manière que des navires comme l'*Oasis of the seas*, transportant plus de 6000 personnes. De plus ces croisières ne présentent pas vraiment d'activités ludiques à bord pour divertir le passager.

Il faut également préciser que certains ferries peuvent correspondre à cette définition. Ceux-ci offrent de plus en plus régulièrement des activités de divertissement durant la traversée, qui peut durer plus de deux nuits. D'autre part, comment définirait-on les croisières de P&O Australia dont certains circuits ne suivent que les côtes australiennes si la croisière se doit d'être internationale ? Certains des éléments constituant cette définition doivent donc être sujet à discussion et ne pas être acceptés tels quels.

Des experts ont également donné une définition, différente de la définition officielle. Selon Christine Roussat, la croisière ne peut pas se définir comme un voyage d'un point à un autre. Même si elle participe au transport de passagers, elle s'en distingue par ses escales et par le cabotage effectué le long des côtes. Selon Alain Grenier, trois éléments doivent être pris en compte dans l'étude de la croisière : le transport, le tourisme-loisirs, et le voyage ou itinéraire.

La croisière est donc un sujet bien plus complexe que sa définition ne laisse présager. Elle passe autant de temps en mer qu'à terre et comporte autant d'acteurs des deux côtés. Précisons également que dans notre cas, nous nous focaliserons uniquement sur les croisières maritimes, les croisières fluviales suivant une toute autre organisation et philosophie.

### **III.7. Conclusions**

Ce chapitre visait à comprendre l'état actuel de la croisière et les enjeux qui en résultent. Après une analyse précise de l'évolution de la croisière sur ces 40 dernières années, il a été mis en évidence que l'industrie est relativement sensible aux crises économiques. En effet, placée sur un marché de services et de loisirs, la croisière est considérée comme un bien supérieur et reste donc facultative dans le budget des ménages. Cependant, l'impact des crises économiques s'est fait moins important au fil des ans. Ceci s'explique par le fait que la croisière est une industrie mondiale et peut donc compenser une baisse de passagers dans un bassin par une augmentation dans un autre. En effet, même si le sous bassin américain des Caraïbes domine largement tous les autres, sa part se fit de moins en moins importante au fil du temps au profit de l'Europe.

Après, il a été démontré que la croissance de certains marchés se base fortement sur le passé de ceux-ci. En effet, par exemple, le marché anglais s'est reposé sur son passé très ancré des transatlantiques pour développer le secteur de la croisière via notamment la compagnie Cunard.

Ce chapitre a également permis de rendre compte de la répartition inégale de la croisière à travers le monde. Deux bassins prédominent sur l'ensemble des autres : les Caraïbes et l'Europe. Les bassins asiatiques, océaniques, africains et sud-américains restent des bassins mineurs comparés aux deux premiers

Ensuite, l'étude de l'équilibre budgétaire des compagnies a permis de mettre en avant que l'offre de croisière en conditionne fortement la demande. En effet, il y eut une période où l'offre dépassa la demande ; c'est grâce aux stratégies d'adaptations que cette différence fut atténuée. Celles-ci s'attachent à la taille du navire, au taux de remplissage, au prix de vente de la croisière, voire encore à l'image de la compagnie.

Enfin en dernier lieu, une approche des tendances observées actuellement telles que la problématique de la hausse du prix du carburant ou l'orientation vers le développement durable des compagnies fut présentée. Elle fut suivie de la construction d'une définition de la croisière. Certaines critiques pouvant être émises sur cette définition ont été présentées de manière à prendre du recul sur la définition officielle. Plusieurs catégories pouvant être effectuées sur les passagers, le type de compagnie, ou la durée de la croisière furent également citées.



## **CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE**

Cette partie visait à poser le contexte global dans lequel se pose notre étude et à comprendre l'attrait que peut avoir la croisière.

Le chapitre I nous a permis de comprendre, via une approche en entonnoir, quel peut être l'attrait du géographe pour l'étude de la croisière. Pour cela, une approche scientifique du tourisme fut étudiée en tentant de cerner les pour et les contre de la construction d'une science du tourisme à proprement parler. Cette question toujours en débat, il n'en reste pas moins que les auteurs se sont mis d'accord sur le fait que le tourisme n'est pas un objet simple mais un système complexe. La spécificité du géographe se pose donc ici comme un atout grâce à son approche anthropique et systémique. La croisière reste cependant un objet d'étude peu approché par les chercheurs universitaires, dont les géographes. Secteur international par sa nature première, la très grosse majorité des écrits a été faite par des scientifiques anglophones. De plus, les liens entre croisière, transport et tourisme nous forceront, pour les analyses à venir, à nous référer à d'autres disciplines des sciences sociales.

Le chapitre II a eu pour objet de poser le contexte dans lequel la croisière est née. Elle tire en effet son origine lointaine du tourisme et son origine plus directe du transport de passagers. Sans les innovations technologiques, la croisière n'aurait pu voir le jour. C'est en effet la compétition accrue entre le transport maritime de passagers et le transport aérien qui fit naître la croisière comme activité d'appoint. C'est toujours l'innovation technologique qui permit d'augmenter la taille des navires de même que leurs infrastructures. Dans un second temps, ce furent les stratégies de marketing et de publicité qui permirent au secteur de perdurer. En effet, un changement radical des mentalités des potentiels consommateurs se fit dès le début des années 1980. L'image de la croisière subit donc de grands changements depuis ses origines et continue encore à s'adapter aux sociétés actuelles.

Enfin, le chapitre III visait à poser l'état actuel de la croisière sur un plan global, géographique et économique. Tant sur le plan de son évolution globale que sur celui de sa configuration géographique, la croisière peut se diviser en trois parties. La croissance du secteur met en avant une phase allant de 1970 à 1985 pouvant se résumer à l'émergence de la croisière contemporaine, une phase allant de 1985 à 1995 pouvant se résumer à l'explosion du marché américain, et une phase commençant en 1995 jusqu'à nos jours se révélant comme étant la période d'explosion de la croissance dans les autres bassins. De la sorte, actuellement, le secteur peut compenser une baisse de productivité dans une région en augmentant les bénéfiques dans une autre. En effet, d'un point de vue géographique, deux bassins se partagent 80 % de la flotte mondiale : le bassin américain et le bassin européen. Malgré cela, des divergences de développement peuvent clairement être définies au sein d'un seul et même bassin. Enfin, pour clôturer ce chapitre, une analyse des principales stratégies marketing mises en place pour maximiser les bénéfiques permet clairement de comprendre que dans ce secteur touristique, c'est l'offre qui conditionne la demande et non l'inverse. Cependant, la capacité de charge de certains bassins étant atteinte, un basculement de ce phénomène pourrait s'observer dans les années à venir.

Cette partie nous a donc permis de comprendre, grâce à de nombreux facteurs historiques, ce que représente la croisière contemporaine. Phénomène complexe et très étendu spatialement, une définition précise s'avérait indispensable. La croisière étudiée ici se définit donc comme maritime, internationale, de minimum deux nuits et de minimum 50 passagers. Pour la distinguer du transport par ferry, elle se doit d'offrir le logement, le couvert, et des activités dites de loisirs.

Maintenant que notre objet d'étude est clairement défini, il conviendra de comprendre les relations entre acteurs et les représentations du secteur avant de pouvoir cerner l'impact spatial que peut avoir la croisière sur les ports qu'elle fréquente.





## **DEUXIÈME PARTIE**

### **LE SYSTÈME CROISIÈRE**



## INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE

La croisière est un secteur touristique qui touche plusieurs composantes pouvant être étudiées sous forme de système. Von Bertalanffy définit le système comme « *un ensemble d'éléments identifiables, interdépendants, c'est-à-dire liés entre eux par des relations telles que, si l'une d'elles est modifiée, les autres le sont aussi et par conséquent tout l'ensemble du système est modifié, transformé* » (VON BERTALANFFY L. , 1968).

La première partie nous ayant permis de comprendre la création de l'industrie touristique de la croisière et son fonctionnement général, cette partie a pour objectif de comprendre comment la croisière s'organise et elle se composera de trois chapitres.

Le chapitre IV se focalise sur l'image de la croisière via la réalisation d'enquêtes auprès de croisiéristes en escale au Havre. L'analyse des représentations de la croisière permet de comprendre les actions ou acteurs privilégiés du secteur. Ce chapitre permet surtout de confronter les images véhiculées par les croisiéristes et par les non croisiéristes.

Le chapitre V est centré sur la composante sociale du système croisière. Il est structuré de manière à voir l'organisation sociale comme un sous-système du système croisière. Il abordera également les règles législatives ou environnementales contraignant le système. Enfin, et de manière à conclure ce chapitre, le système global de la croisière sera présenté.

Le chapitre VI s'attardera plus particulièrement sur l'ancrage spatial de la croisière via l'analyse du changement de saisonnalité mais également par l'analyse des interrelations entre les différents bassins faisant de la croisière un système spatial globalisé.

L'ensemble de ces trois chapitres permettra de poser les différentes composantes faisant partie du système croisière. Ils abordent un aspect plus sociologique, et environnemental de la croisière dans un premier temps et ensuite une approche géographique des interactions mondiales au sein du système croisière dans un second temps.



## **Chapitre IV**

# **IMAGES DE LA CROISIÈRE**

### **IV.1. Introduction**

L'industrie de la croisière, par son évolution fulgurante, véhicule de nombreuses images, réflexions et représentations. Allant dans toutes les directions, il est difficile de savoir lesquelles sont des faits avérés et lesquelles ne sont que des a-priori. L'objectif de ce chapitre, dans un premier temps, est donc de confronter les images énoncées dans la littérature aux aspirations des passagers en escale dans le port du Havre. Dans un second temps, et dans le but d'avoir des images plus extérieures, ce sont les représentations d'individus n'étant jamais parti en croisière qui seront recherchées.

Ce chapitre se divise donc en deux sections. La première section abordera les méthodes qui furent nécessaire à l'élaboration des questionnaires. La méthodologie fait notamment appel à plusieurs notions ou concepts : les processus de prise de décision, les notions d'image mentale ou de représentations. Elle présente ensuite l'ensemble du cheminement entre la construction du questionnaire, sa mise en application et le traitement des résultats. Elle présentera les hypothèses auxquelles nous confrontons les résultats des questionnaires. Ces hypothèses furent construites sur la base de lectures tout public, premier contact avec les touristes potentiels.

La seconde section présente respectivement les résultats des questionnaires adeptes (croisiéristes en escales) et profanes (non-croisiéristes) et leur analyse. Dans le premier cas, les résultats seront présentés sous différentes comparaisons : comparaison des résultats selon la tranche d'âge, la nationalité, le navire sur lequel ils voyageaient lors du sondage, et enfin selon le fait que ce soit leur première croisière ou non. Dans le second cas, il n'y a pas distinction au sein des résultats, ils sont traités dans leur totalité. L'analyse des résultats se fait en les confrontant aux hypothèses présentées précédemment.

## IV.2. Méthodologie et concepts

L'idée première liée à l'élaboration de ces questionnaires était de cerner les images et représentations associées par les touristes à la croisière, de manière à essayer de construire un modèle de l'espace « portuaire-croisière » idéal. Il était donc nécessaire, dans un premier temps, d'aborder les images véhiculées par les croisiéristes, et dans un second temps, d'approcher les images véhiculées par les individus n'ayant jamais effectué de croisières. Ce sous-chapitre va donc développer la méthodologie mise en place dans la construction, l'application et l'encodage des questionnaires.

### IV.2.1. Concepts

La construction et l'utilisation des questionnaires présentés précédemment reposent sur deux notions théoriques : le processus de prise de décision et la notion d'image mentale. Leur approche permettra de mieux comprendre les résultats et leur analyse.

- Les processus de prise de décision

Dans la théorie des processus de prise de décisions, plusieurs éléments peuvent être distingués. Tout d'abord la théorie définit cinq approches pour aborder le phénomène, et de cette manière, pouvoir choisir entre différents modèles. Ces approches sont présentées ici.

Le processus de prise de décision intervient auprès des croisiéristes sondés avant que ceux-ci ne montent à bord. Il leur a permis de choisir ce mode de vacances parmi d'autres, et donc de définir diverses motivations à effectuer un séjour à bord d'un navire nécessaire à cette étude. Avant de le définir, il est important de cerner l'approche dans laquelle celui-ci s'intègre.

Il existe cinq grandes approches qui permettent de mieux définir les comportements du consommateur. La première approche est relative à la micro-économie. Elle considère le consommateur comme étant un individu rationnel qui prend alors ses décisions de manière à maximiser son bien-être, mais tout en étant soumis à diverses contraintes. En effet, sa décision sera sous l'influence de conditions externes : le revenu, la situation familiale, l'acquisition d'informations, ... La deuxième approche est d'ordre « motivationnelle ». Elle a pour philosophie de comprendre les raisons sous-jacentes et profondes intervenant dans le processus de décision. Elle se focalise donc sur le vécu des individus et sur leur cheminement psychologique. La troisième approche est d'ordre comportementale. Elle est

assez semblable à l'approche « motivationnelle » mais conçoit qu'il est possible de formater l'individu avant sa prise de décision. La quatrième approche est cognitive. Elle aborde le cheminement du consommateur lors de sa prise de décision grâce à ses perceptions. Enfin, la dernière approche est post-moderne. Dans ce cas, le consommateur se laisse guider par son environnement, son contexte (DECROP A. 2010). Cette approche est donc fortement liée à l'approche micro-économique, même si dans ce cas de figure, c'est plutôt le contexte qui formatera la décision de l'individu. La première approche est moins catégorique, il ne s'agit que d'influences de l'environnement sur le comportement rationnel du preneur de décision. Ces approches sont similaires mais chacune possède une ou plusieurs spécificités qui la différencient d'une autre. L'approche que nous utiliserons pour construire nos questionnaires se situe entre deux des approches citées ici. En effet, il est apparu tout aussi essentiel de s'attarder sur le contexte influençant la prise de décision rationnelle que sur les motivations sous-jacentes à celle-ci. Notre approche tend donc à être à mi-chemin entre l'approche d'ordre micro-économique et l'approche « motivationnelle ».

Une fois l'approche déterminée, le processus de prise de décision va suivre différents modèles mais il reste cependant toujours un phénomène relativement complexe. Le modèle privilégié dans notre étude sera le modèle séquentiel proposé par Fred Van Raaij et Dick Francken en 1984. L'analyse sous forme séquentielle consiste à découper le processus en séquences clairement distinctes souvent similaires aux séquences suivantes : identification du problème, élaboration de solutions, mise en œuvre de ces solutions, et enfin, évaluation de ces solutions. La séquence relative à la prise de décision en tant que telle sera influencée par différents facteurs mais comprend également un processus psychologique. C'est le processus qui prend en compte les raisons sous-jacentes au choix définitif. Cependant, ce modèle prend également en compte plusieurs facteurs prédominants dans le choix des individus : les facteurs socio-démographiques, l'acquisition d'informations utiles pour la prise de décision, les précédentes expériences, le niveau de satisfaction, et enfin les facteurs contextuels. Ceux-ci sont très nombreux. Ils peuvent être d'ordre géographique car la géographie détermine le climat, d'ordre politique en installant ou supprimant des barrières à la mobilité touristique, d'ordre économique en privilégiant le développement économique et de la sorte l'émergence de nouvelles destinations, d'ordre socioculturel, ou encore d'ordre technologique en permettant une meilleure communication et une certaine dématérialisation des échanges (DECROP A. 2010). L'ensemble des

facteurs d'influence cité dans le modèle séquentiel permet alors d'affiner les propositions de réponses aux questions de nos deux questionnaires.

- La notion d'image mentale

La deuxième partie théorique nécessaire à l'élaboration du questionnaire, principalement celui relatif aux *profanes*<sup>2</sup>, repose sur la notion d'image mentale. Ce sont les images et représentations d'un objet véhiculées par les individus.

La construction d'une image repose sur une dimension cognitive liée à l'acquisition de connaissances et d'informations, d'une dimension affective liée aux émotions et aux sentiments, et d'une dimension conative liée aux comportements conscients (COOPER C., HALL C.M., 2011). L'image peut alors être définie comme la représentation d'un objet physique, d'un concept, d'une idée ou d'une situation en l'absence de cet objet. Elle se construit grâce à trois processus : la perception, l'imagination et la réflexion, le tout en relation directe avec l'inconscient. Dans chacun de ces processus, le cerveau agence ces représentations mentales, les compare les unes par rapport aux autres, ... (HAYAT M., 2002). Elle est un outil qui mêle description, contexte et interprétation. Jean-Marie Miossec définit lui trois formes d'images : l'image globale, l'image traditionnelle, et l'image actuelle. La première correspond aux aspirations profondes et aux impératifs biologiques. La deuxième est fixée lentement au fil des siècles. La troisième correspond à l'image créée par effet de mode. C'est plus couramment celle-ci qui sera analysée dans cette étude, le secteur étant assez récent. Il indique également que l'image touristique est façonnée, modelée par la culture des individus mais aussi par leur conscience régionale et nationale. L'image mentale s'inscrit dans le psyché de chacun grâce à une relecture des espaces touristiques dans la littérature, l'histoire, le cinéma, la musique ou la peinture (MIOSSEC J-M, 1977).

- Le concept de représentation

La notion d'image mentale se rapproche, et est en relation directe avec le concept de représentation sociale même si ce n'est pas exactement la même chose. La représentation sociale est une forme particulière de connaissance. C'est une connaissance de sens commun qui réside dans l'orientation sociale des processus produits. La

---

2 Individus n'ayant jamais effectué de croisières

représentation sociale, recouvre l'ensemble des croyances, des opinions, des attitudes produites et partagées par les membres d'un même groupe. Elle sert surtout à interpréter la réalité qui nous entoure. (MOSCOVICI S., 1989)

Dans le cas de cette étude, l'objectif des questionnaires abordés ci-après est de comprendre l'image qu'ont les individus de la croisière. C'est un phénomène qui entraîne des enjeux sociaux mais peu de personnes interrogées se rendent compte de ceux-ci. De plus, les images abordées sont individuelles et non créées par une construction mentale commune comme pourraient l'être des objets d'étude tels que l'image de l'Europe ou l'enclavement touristique. Les processus appliqués aux représentations sociales sont alors difficile à cerner et non complètement appliqués, c'est pourquoi c'est la notion d'image mentale qui sera privilégiée.

#### ***IV.2.2. Hypothèses de départ***

En trame de fond à l'élaboration de nos questionnaires, un objectif se posait à nous : celui de vérifier si les tendances énoncées dans la littérature par les experts du secteur se confirment ou s'infirment. C'est effectivement sur la base de la littérature académique et professionnelle que certaines de nos hypothèses purent être émises. Six hypothèses sont ressorties après l'analyse de la dite littérature. Elles ont alors été retenues permettant de la sorte d'aborder plusieurs facettes nécessaires à la bonne compréhension du développement du secteur. Celles-ci abordent alors autant les facteurs d'attractivité de ce mode de vacances, les stratégies des compagnies, que les « a priori » souvent véhiculés. Les hypothèses sont les suivantes :

- Le comportement des croisiéristes diffère selon leurs caractéristiques socio-démographiques.
- La motivation principale d'un croisiériste est de pouvoir visiter plusieurs lieux en une seule fois.
- Les navires (et/ou les compagnies) visent des clientèles au profil ciblé et différent d'un bateau (et/ou d'une compagnie) à l'autre.
- La croisière est un mode de vacances principalement réservé aux individus du troisième âge.
- La croisière est un produit dit « de luxe », réservé à une clientèle relativement aisée.

- La tendance actuelle de partir en croisière se fait en ayant comme destination principale le navire, plutôt que les villes d'escales.

Ces six hypothèses permirent alors de construire les questions et les items de réponses proposés dans les questionnaires. Les résultats des deux enquêtes nous permettront peut-être de les confirmer ou de les infirmer.

### ***IV.2.3. Questionnaire Adeptes***

Le questionnaire construit ici cible des individus ayant déjà effectué (ou en train d'effectuer) au moins une croisière. L'objectif est de comprendre les images qu'ils associent à la croisière mais également les attentes qu'ils peuvent avoir du navire, comme du port ou de la ville d'escale.<sup>3</sup>

- ***Construction du questionnaire***

Le but premier de ce questionnaire était de mettre en avant les comportements et les attentes particulières répétitives au sein des acteurs sondés. C'est, en quelque sorte, une manière détournée de rechercher les images de la croisière que peuvent avoir les passagers.

Avant de construire le questionnaire et afin de savoir quelles techniques seraient les mieux adaptées, il était indispensable de se poser la question de l'échantillon à prendre. Notre public cible étant des croisiéristes en escale, par question de facilité, ils furent sondés dans la ville du Havre. Dans ces conditions, il s'avérait alors impossible d'effectuer des entretiens individuels sous forme d'interviews. La méthode de questionnement par réponses fermées s'est donc imposée à nous. Cependant, étant donné que certaines réponses proposées pouvaient ne pas convenir à l'ensemble de l'échantillon, une case « autre proposition » fut ajoutée à chacune des questions de manière à laisser libre cours aux remarques éventuelles.

Le questionnaire se divise en quatre grandes parties. La première contient les données socio-démographiques des personnes interrogées, la seconde interroge leurs comportements avant une croisière, la troisième questionne leur satisfaction concernant les infrastructures à bord, et la dernière concerne plutôt les attentes du touriste lors de l'escale.

Dans un objectif de possibles futures comparaisons avec d'autres enquêtes effectuées auprès de croisiéristes, les données relatives à la première partie du

---

3 Questionnaire et résultats complets en annexes

questionnaire furent calquées sur les standards : le genre, la nationalité, la tranche d'âge, le statut marital, et le niveau de vie (estimé ici par le niveau d'éducation et la tranche de revenus). Notons que, afin de pouvoir garantir le respect de la vie privée, les questionnaires restaient anonymes. Néanmoins, il s'est avéré que certains individus ne voulaient pas répondre à la question concernant la tranche de revenu. Ces données nous permettront cependant, lors du traitement, de classer les individus en fonction des hypothèses citées précédemment.

Pour la seconde partie, l'idée était de comprendre les espérances des individus avant de partir en croisière. Elle s'est donc centrée sur plusieurs sous-thématiques. La première question vise à savoir si l'individu interrogé a déjà effectué une croisière auparavant. En effet, plusieurs études sur les perceptions des croisiéristes et sur la croisière de manière générale ont mis en avant cette distinction entre les « **novices** » et les « **accoutumés** »<sup>4</sup>. Pouvoir classer les individus selon ce critère pourrait permettre de mettre en avant une divergence de comportements. La seconde thématique se rapporte au circuit effectué par le croisiériste en l'interrogeant sur la durée de son séjour, son port d'embarquement et de débarquement. Cette question peut donner des indices quant à la philosophie de la compagnie. La troisième question s'attarde sur le mode de réservation utilisé. Certaines études et rapports privés ou d'institutions ont mis en avant le rôle clé joué par l'agent de voyage en tant que spécialiste de la croisière et cela, même si les réservations par internet se font de plus en plus fréquentes. Cette question permet d'articuler les questionnaires avec le chapitre suivant relatif aux acteurs intervenant dans le marché de la croisière. Il est également mis en avant sur le marché, le rôle clé des promotions dans le taux de remplissage des navires. Savoir quand l'individu a réservé sa croisière permet alors d'évaluer s'il a réagi à des promotions de dernière minute ou si le choix de partir en croisière a été mûrement réfléchi. La question suivante s'intéresse au mode de transport utilisé pour se rendre au port d'embarquement. Elle vise à mettre en avant l'importance de la multimodalité dans le choix des ports de départs. Cette question s'avérera utile pour la construction de notre modèle en dernière partie de cette thèse. La dernière thématique abordée dans cette partie du questionnaire vise à comprendre les attentes du touriste avant de monter à bord. Il lui est donc demandé avec qui il réalise son séjour. En effet, des

4 Respectivement dénommé *First Timers* et *Repeaters* dans la littérature anglophone, le premier correspond à des individus effectuant leur toute première croisière (peu importe la région) et le second correspond à des individus ayant déjà effectué au moins une croisière.

vacances en couple ou des vacances en famille ne se déroulent pas de la même manière et les attentes n'y sont donc pas les mêmes. Cette question plus proche des caractéristiques démographiques permet de fournir une clé supplémentaire pour l'analyse des motivations des croisiéristes proposées dans la question suivante. Les propositions de motivations à partir en croisière reprises dans ce questionnaire sont inspirées d'une étude effectuée par Kam Hung et James F. Petrick sur les perceptions de la croisière (HUNG K., PETRICK J-F., 2011).

ENSEMBLE DE VARIABLES	VARIABLES
Socio-démographiques	Genre Nationalité Âge Statut marital Éducation Revenu
Préparation de la croisière	Novices / Accoutumés Mode de réservation Niveau de préparation
Sentiments avant la croisière	Motivations Attentes
Escales	Multimodalité du port Image de l'escale Encadrement touristique (excursions ou libre) Terminal

**Tableau 8 : Variables de l'enquête Adeptes**  
**Réalisation : FURLANETTO G., 2013, CIRTAI.**

Celles-ci, assez simples, reprennent l'ensemble des motivations globales à partir en vacances. Même si les réponses pouvaient être multiples, dans le cas où elles ne correspondaient pas, une case libre était disponible. Il est ensuite demandé de classer ces attentes selon leur ordre d'importance.

La troisième partie concerne les différentes infrastructures du bateau. Elle s'est

avérée trop longue lors de la première série de questionnaires et ne permettait alors pas d'obtenir des réponses pour la quatrième partie. Elle fut donc supprimée dès la deuxième session.

La quatrième partie, centrée sur l'escale, va nous permettre de collecter des informations sur les attentes du touriste lorsqu'il est à terre et qu'il participe donc à la construction de l'espace ville-portuaire. Certaines études concernant les impacts économiques de la croisière sur des villes d'escales mettent en lumière que la plupart des passagers partent pour des excursions vendues à bord, et font donc peu vivre les acteurs locaux du tourisme. La première question de cette partie du questionnaire vise à donc à savoir si les passagers partent plus souvent en excursion ou en visite libre de la ville. Ensuite, afin de mieux comprendre les enjeux de la croisière pour le tourisme local, la question suivante demande aux individus sondés l'importance qu'ils accordent aux éléments clés du tourisme que sont notamment : les monuments historiques, les musées, les paysages, le shopping et la visite des villes. Enfin, on constate, sur la scène internationale, que de plus en plus de ports rénovent leur terminal croisière. Cette question vise donc à voir ce qu'attendent les croisiéristes de celui-ci. Il leur était alors demandé s'ils attendaient (ou non) la présence d'un stand d'information, d'une borne téléphone/internet, d'un lieu propre et sécurisé, d'un accueil chaleureux, de différents modes de transport, de boutiques, d'indications en plusieurs langues, d'un lieu à l'image de la ville, la proximité avec le centre-ville, d'un établissement permettant de se restaurer, ... Les variables introduites dans ce questionnaire peuvent donc se résumer dans le tableau 8.

• Application et encodage du questionnaire

La première étape fut donc de construire le questionnaire comme expliqué ci-précédemment. La seconde fut l'enquête sur le terrain, de sorte de pouvoir administrer les questionnaires à un échantillon plus ou moins représentatif de croisiéristes. Quatre escales différentes ont été sélectionnées :

- le « Visions of the seas » de la Royal Caribbean Cruise Line (le 20/09/2012),
- le « Celebrity Constellation » de la Celebrity Cruise (le 02/10/2012),
- l'« AidaMar » de la compagnie Aida (le 25/09/2012)
- le « MSC Lirica » de la compagnie MSC Croisières (le 04/10/2012).

Ces bateaux, d'une capacité moyenne de 2000 passagers, possèdent des clientèles de type

différente, et ne font pas partie des mêmes corporations

L'objectif était donc d'interroger les passagers lors de leur descente du bateau, avant de partir en excursion, ou lors de leur remontée à bord, au sein même du terminal croisière du Havre. Afin de permettre d'interroger un maximum de personnes, nous avons fait appel à quelques enquêteurs extérieurs. Étudiants à l'université du Havre, ceux-ci ont été informés préalablement sur le but et le sujet de la thèse de même que sur l'ensemble des questions. Il leur était demandé de parler au minimum anglais et si possible allemand. Ils ont également été encadrés constamment lors des plages horaires d'interviews. De plus, chaque questionnaire complété devait être marqué de leurs initiales afin de pouvoir faire appel à eux si problème se posait lors de l'encodage des données. Une plage horaire matinale et en fin de journée a été fixée en fonction des horaires d'arrivée et de départ du navire.

Les quatre journées d'enquêtes terminées, une centaine de réponses ont été obtenues sous format papier. Il convenait donc de les encoder sous format informatique de manière à faciliter le traitement des résultats. Pour ce faire, un code chiffré a été attribué aux réponses proposées pour chacune des questions. Par exemple, pour la question du genre : la réponse 1 équivaut à homme et la réponse 2 à femme. Chaque questionnaire fut donc encodé de la sorte. Au vu de la diversité des questions et de leur type, il était très difficile d'utiliser un logiciel statistique permettant de traiter l'ensemble des données en une seule fois. Les données furent donc cumulées sous logiciel tableur : le logiciel *Excel*. Ensuite et de sorte à pouvoir répondre aux hypothèses abordées précédemment, une division des résultats a été effectuée selon différents critères. Le premier est celui de l'âge. Les individus ont été classés selon les tranches suivantes : 15-20 ans, 21-30 ans, 31-40 ans, 41-50 ans, 51-60 ans et supérieur à 60 ans. Le deuxième critère est la nationalité. Au vu des résultats, elles ont été regroupées de manière à faciliter le traitement et l'analyse des données. Nous avons donc gardé les trois principales nationalités séparément que sont l'Allemagne, les États-Unis et le Royaume-Uni. Les autres ont été regroupées par continent : Europe, Amérique et Asie. Le troisième critère est le navire. La numérotation des questionnaires a facilement permis de séparer les réponses selon le navire d'où provenait le passager interrogé. Enfin le dernier critère est le fait d'être novice ou accoutumé. Pour aider à classer les résultats, la question huit demandant s'ils avaient déjà effectué une croisière, proposait une réponse binaire permettant une classification très facile.

- Biais de l'enquête

Les biais apparaissent à différentes étapes et peuvent être contournés lors de l'analyse pour peu qu'ils soient identifiés au préalable.

Tout d'abord, apparaissent les biais liés à l'utilisation d'un questionnaire. Il est évident que ce questionnaire ne peut être considéré comme la solution parfaite pour repérer les comportements des croisiéristes mais il aide néanmoins à mettre certaines tendances en avant. Il s'est également avéré difficile de traduire certaines questions en anglais, notamment les questions du revenu et du niveau d'éducation qui ont dû être adaptées aux références d'outre-mer. Certaines questions étaient également peu comprises des personnes sondées.

Ensuite, il faut prendre en compte les biais liés à l'appel d'enquêteurs externes. De plus, ceux-ci n'étaient pas des enquêteurs de formation et leur langue principale n'était pas l'anglais, quand plus de 90 % des touristes interrogés le furent dans cette langue. Certains problèmes pour aborder les passagers ou pour se faire comprendre auprès d'eux se sont également fait ressentir. Une tenue officielle commune à tous les enquêteurs (de la compagnie ou du terminal) aurait certainement pu aider à se faire remarquer et à se faire voir positivement par les touristes de passage.

En parallèle aux biais des enquêteurs apparaissent les biais liés aux personnes enquêtées. En effet, les personnes interrogées sont des touristes en vacances, ils sont donc déjà peu enclin à répondre à une enquête de ce type. De plus, pour beaucoup, ils descendaient du navire pour monter directement dans un autocar, un bus ou taxi, il était dès lors très difficile de les aborder. Néanmoins, au retour de leur visite, pour peu qu'ils ne soient pas extrêmement pressés de remonter à bord, il était plus aisé de les intercepter.

Et en dernier lieu, interviennent les biais liés au lieu d'enquête. Placés juste à la sortie du terminal, avant le parking d'autocars ou de bus, même si le passage est très fréquenté, ce lieu n'était pas un lieu très agréable pour s'arrêter, au vu des intempéries. Il était donc difficile de mettre les croisiéristes à l'aise pour pouvoir les interroger. De plus, aux moments d'affluence, les enquêteurs étaient peu visibles ou reconnaissables.

#### ***IV.2.4. Questionnaire Profanes***

Ce questionnaire, contrairement au précédent visait à mettre en avant des images dont on ne soupçonnait pas forcément la corrélation avec la croisière, à faire ressortir les stéréotypes qui collent à son image. Il est complémentaire au questionnaire sur les croisiéristes et permet de la sorte d'avoir une vision globale des images reflétées par la croisière au sein de la population<sup>5</sup>.

- *Construction du questionnaire*

Un problème identique quant au choix de la technique de sondage s'est également posé dans ce cas-ci, mais peut-être de manière plus délicate. D'un côté, le but était de toucher le plus d'individus possibles afin d'avoir un échantillon large et représentatif de la clientèle potentielle des croisières et de la sorte de choisir un mode de réponses courtes et fermées. De l'autre côté, l'idée était de faire émerger des mots-clés via l'association d'idées et donc de s'orienter plus probablement vers des questionnaires à réponses ouvertes. Cependant, dans un objectif de cohésion entre les deux questionnaires, la méthodologie des questions fermées demandant une analyse plus quantitative fut alors choisie. Dès lors et toujours en référence à Kam Hung & James Petrick, il est apparu évident que pour sonder des individus à grande échelle de manière quantitative, il fallait user de mots clés afin de voir si ceux-ci correspondaient ou non à l'image que se font les personnes n'ayant jamais effectué de séjour à bord d'un navire de croisière.

La première étape a consisté en une recherche, dans des études sociologiques, sur des forums, ou auprès d'individus lambda, de mots clés pouvant être associés à la croisière. De cette étape, une quinzaine de termes sont ressortis et furent donc ensuite repris dans le questionnaire. Par la suite, il est apparu que l'on confrontait ces mots avec une idée de représentations ; il fallait donc éviter d'influencer cette image, mais laisser les sondés répondre de manière assez instinctive. Le questionnaire se devait donc d'être assez court et facile à diffuser. Cependant, pour pouvoir rendre compte des occurrences, une grille d'échelle s'est avérée utile. L'élaboration du questionnaire se divise donc en trois parties.

Pour la première partie, les données se devaient d'être similaires aux enquêtes déjà effectuées sur la croisière et surtout à notre premier questionnaire. Les questions socio-

---

5 Questionnaire complet en annexes

démographiques furent donc identiques (le genre, la nationalité, la tranche d'âge, le statut marital, le niveau de vie estimé par le niveau d'éducation et la tranche de revenus). Ensuite, afin de mieux comprendre les a priori, il paraissait utile de positionner la croisière par rapport à d'autres modes de vacances. La question fut donc de savoir si l'individu sondé considérait la croisière comme un mode de vacances classique ou original et d'illustrer chacun de ces modes de manière à avoir un titre de comparaison.

Pour la deuxième partie, seize mots-clés furent proposés. Il était d'abord demandé si ces termes correspondaient à l'image que nos individus se faisaient de la croisière selon une échelle d'acceptation : pas du tout d'accord, d'accord, ou parfaitement d'accord. Ensuite, il leur était demandé de classer ces termes par importance sur une échelle de 1 à 5 et enfin de les définir comme étant positif, négatif ou neutre. Les mots clés ayant été retenus sont : Rêve, « La croisière s'amuse », Animations, Visites de différents lieux, Détente, Découverte, Gastronomie, Luxe, Insécurité, Hôtels flottants, Manque de liberté, Retraités, Cher, Nostalgie, Spa/bien-être, Romantique.

Pour la troisième partie et de manière à laisser libre cours à leurs propres représentations de l'objet d'étude, les réponses furent ouvertes. Il leur fut d'abord demandé ce que, pour eux, permet la réalisation d'une croisière, c'est-à-dire ce qu'une croisière pourrait leur apporter, ensuite, il leur fut demandé la manière dont ils se sont forgés leur propre opinion sur le sujet.

- Application et encodage du questionnaire

De manière à évaluer le temps de réponse de même que sa compréhension, le questionnaire a d'abord été testé sur un panel d'une dizaine de personnes formant un échantillon représentatif de la future population enquêtée. Après quelques modifications de syntaxe posant problèmes et de sorte d'améliorer la compréhension des questions, le sondage a été transposé sur internet via les outils offerts par « Google Drive ». De cette manière, il pouvait être facilement diffusé via une simple adresse internet, permettant de la sorte d'utiliser les réseaux sociaux. En effet, 232 réponses ont pu être obtenues.

Le questionnaire étant déjà sous format informatisé, le traitement des données fut plus rapide à effectuer. En effet l'utilisation de « Google Drive » dans la création de sondage permet d'obtenir directement les résultats dans un tableau structuré. L'étape de traitement des données a donc juste consisté à une compilation des informations pour

toutes les questions fermées mais elle fut plus délicate pour les questions ouvertes. La méthode la plus facile et permettant de prendre en compte le maximum de réponses fut de créer des thèmes proches des dires des personnes interrogées. Dans le cas de la question sur la formation de leur opinion par exemple, certaines réponses pouvaient être couplées comme : « Par rapport à des amis qui en ont fait et qui m'en ont parlé ensuite » et « autour de moi, ceux qui en ont fait ». Une fois ces thèmes créés, le nombre d'occurrences a pu être calculé.

Les réponses concernant la façon dont laquelle l'individu s'est formé sa propre opinion sur la croisière ont été regroupées sous les thèmes suivants : via les films, via l'entourage, via des reportages, via les publicités, ou via de simples préjugés.

Les réponses concernant ce que peut apporter la croisière furent regroupées sous les thèmes suivants (ici illustré par quelques exemples de réponses) :

- la découverte : « Une mobilité permettant de voir pleins d'endroits différents », « Visiter plusieurs endroits », « Découvrir des endroits par la mer » ;
- le dépaysement : « La croisière permet de se détendre, d'éviter toute source de stress (véhicules, bruits divers) », « S'évader, ... Et rêver, oublier les soucis, .. », « Se laisser aller au fil de l'eau » ;
- l'emprisonnement : « Cela m'apporterait beaucoup d'ennui car j'aurais l'impression de ne pas être libre... Il faut s'arrêter et repartir tous ensemble », « Absolument pas tentée! ! ! Je suis claustrophobe! ! ! », « se retrouver dans un lieu clos » ;
- faire de nouvelles expériences : « Avoir des vacances différentes », « Une autre manière de voyager », ... ;
- tenter la vie maritime : « Découvrir de nouveau lieux tout en découvrant la vie maritime », « le plaisir de naviguer », « vivre sur l'eau dans toutes circonstances », « la possibilité de découvrir la vie sur le bateau, le rythme de la vie à bord, la vie des différents ports, ... » ;
- le luxe : « Découvrir différentes villes pendant une courte période et s'offrir du luxe », « mes moyens pécuniaires », « cher », « vivre dans un espace de luxe sur les différents ponts », « j'imagine qu'à moins de vendre un rein, on ne peut s'offrir qu'une petite cabine au-dessus de la salle des machines » ;

- les rencontres : « Cela me permettrait de faire des nouvelles rencontres, sur le pont ou au gré des animations », « rencontres », ... ;

Notons également que plusieurs personnes interrogées considèrent que la croisière ne leur apporterait rien du tout.

- Les biais du questionnaire

Cette technique de sondage peut poser des problèmes quant à l'échantillon représenté. En effet, même s'il fut élaboré en français et en anglais, l'ensemble des réponses viennent de la francophonie européenne (Belgique, France, Suisse). Cet ensemble d'individus possède une culture plus ou moins similaire même si chaque pays possède ses spécificités. Cependant, notre étude se focalisant sur l'Europe du Nord, les conséquences sont en quelque sorte minimisées.

En réalisant cette enquête par internet, les individus pouvaient prendre tout leur temps pour répondre ce qui est le plus souvent un avantage mais dans ce cas-ci, cela pouvait réduire la spontanéité des réponses dans les associations d'idées. De plus, même si un cadre pour indiquer leurs remarques était disponible, il était très difficile pour les sondés de pouvoir poser une question ou demander une précision sur une des questions. Certaines réponses peuvent donc être légèrement faussées.

### **IV.3. Résultats des questionnaires**

Les résultats présentés se feront en deux parties ; La première analysera les résultats des questionnaires adeptes. La seconde partie analysera les résultats des profanes.

#### **IV.3.1. Résultats du questionnaire Adeptes**

Cette partie ne vise qu'à présenter les résultats obtenus par les quatre journées d'enquêtes. Leur analyse en lien avec les hypothèses citées auparavant sera abordée dans le point suivant.

- Résultats globaux

Après traitement des données et sur l'ensemble des résultats, certaines particularités peuvent être distinguées. Le profil type du croisiériste peut être proposé grâce aux

spécificités socio-démographiques. On constate donc que les deux principales nationalités interrogées sont les Allemands (29,41 % des sondés) et les Américains (34,31 % des sondés). Concernant l'âge des individus sondés, on observe que 50 % d'entre eux ont au minimum 50 ans. Enfin, concernant le revenu moyen, la majorité des sondés (47 %) ont un revenu annuel net supérieur à 25 000 euros ce qui les placent dans la classe moyenne supérieure. Ce sont donc des individus relativement aisés.

Les résultats concernant la préparation de la croisière démontrent que 81 % des personnes interrogées ont déjà effectué une croisière auparavant. Ils connaissaient donc ce système de vacances et son organisation. Notons qu'avoir déjà fait une croisière n'implique pas que ce soit dans la même région ou sur le même circuit. On constate également que le premier mode de réservation est via une agence de voyage (44 % des réponses) et ensuite l'utilisation d'internet, que ce soit en achetant directement sur le site des compagnies de croisières ou en achetant via un autre distributeur (36 % des réponses). De plus, environ 70 % des individus interrogés ont réservé leur croisière au minimum trois mois avant le départ de celle-ci. Il s'agit donc principalement d'un choix de vacances mûrement réfléchi.

Les résultats concernant les sentiments qu'éprouvent les touristes avant de partir en croisière ont mis en avant que 51 % des sondés considèrent le circuit et ses escales (ou destinations) comme la principale motivation les ayant poussé à partir en croisière. Ensuite, plusieurs attentes étaient citées dans le questionnaire. Les passagers en ont retenu deux principales : se relaxer avec 88 % de réponses positives et visiter de nombreux sites avec 66 % de réponses positives. Enfin, certaines variables n'étant étudiées que lors de la première enquête ont cependant mis un élément clé en avant : les attractions à bord ont peu d'attrait pour les personnes sondées, seule la qualité de la nourriture et des cabines semblait importante pour ceux-ci.

Et enfin, les résultats concernant les escales montrent les observations suivantes. Tout d'abord 67 % des individus disent partir le plus souvent en visite libre et non en excursion lors des escales. En effet, la visite de la ville d'escale et la vie locale sont les éléments les plus importants lors d'une escale (63 et 58 %) même si la différence avec les monuments et les paysages n'est pas très grande (avec respectivement 46 et 38 % d'individus les considérant comme très important). En dernier lieu, lors de leur passage dans le terminal, les passagers ne s'attendent qu'à voir un stand d'information (60 % de réponses positives). Les autres éléments présentés ne semblaient pas leur importer.

- Comparaison selon l'âge

Une des hypothèses énoncée précédemment annonçait une différence de comportement selon les tranches d'âge. Après traitement et recoupement des données, les divergences de comportements constatées sont les suivantes.

Il existe des différences selon l'âge concernant les données socio-démographiques (niveau d'éducation, de revenu, situation maritale, ...), qui s'expliquent très aisément par l'âge de l'enquêté. Elles ne sont donc pas reprises dans les résultats présentés ici.

Pour les motivations à partir en croisière, la tranche des 15-20 ans place la correspondance des dates en premier lieu (avec 50 % des voix), ensuite, à égalité, le prix et les destinations avec 25 % des voix. Pour les tranches d'âge suivantes, c'est la destination qui est toujours la première motivation (oscille entre 45 et 58 %). Ceci s'explique par le fait que la majorité des individus ayant entre 15 et 20 ans sont encore scolarisés (enseignement fondamental ou universitaire) et dépendent donc des dates de congés scolaires.

Les raisons poussant à choisir la croisière plutôt qu'un autre mode de vacances sont le fait de visiter plusieurs villes en une fois (25 % de réponses affirmatives). Notons cependant que la tranche des 40-50 ans est en tête pour cette raison avec 48 % de réponses contre environ 25 % pour les autres tranche d'âge. On constate également que les individus de moins de 40 ans placent le fait de faire quelque chose de différent en seconde place (entre 19 et 25 % de réponses).

Si on regarde les résultats avec une vue plus globale et non en analysant chiffre par chiffre, on constate qu'au plus les individus vieillissent, au moins ils attendent de leur passage dans le terminal même si le stand d'information reste une constante pour toutes les catégories. De plus, lors des escales, l'intérêt des passagers passe, au fil des âges, des paysages et du shopping à la découverte de la culture locale puis à la simple visite des villes. Notons en dernier lieu que le pourcentage de croisiéristes partant en excursion libre diminue avec l'âge.

- Comparaison selon la nationalité

De manière à pouvoir répondre aux hypothèses à la base de ce questionnaire, un recoupement des résultats selon les nationalités a été nécessaire et offre les résultats suivants.

Les seules nationalités à réserver, de manière significative, leur croisière via un tour opérateur sont les Européens (28 à 33 %), à l'exception des allemands. On observe également que les individus ayant le plus tendance à réserver via une agence de voyage sont ceux provenant du continent américain (USA compris) avec un taux allant de 50 à 70 %.

La motivation principale à partir en croisière est la destination pour tous les individus sauf pour les Asiatiques qui placent en premier le prix (66 % des réponses asiatiques). Les Européens (hors GB et Allemagne) placent le prix en seconde position avec 40 % de réponses affirmatives.

Les raisons principales de naviguer sont pour l'ensemble des nationalités, en première position, la possibilité de visiter plusieurs sites en un seul voyage, même si quelques distinctions apparaissent. 30 % des Anglais citent le fait de prendre soin d'eux, les Asiatiques ne parlent pas vraiment de la destination mais plutôt le fait d'être en famille et de s'évader du quotidien (25 %).

Certaines réponses reviennent chez toutes les nationalités mais d'autres n'apparaissent pas chez nos deux principales nationalités (Allemagne et USA) comme l'attente de se relaxer (entre 70 et 85 % de réponses affirmatives pour les autres nationalités), la nécessité d'une boutique dans le terminal (environ 50 % de réponses affirmatives pour les autres nationalités), voire des modes de transports différents pour le continent américain et asiatique (+/- 60 %).

On constate que les Allemands et les Américains ont un comportement très similaire. La seule différence vient des attentes lors d'une escale. Les Américains accordent plus d'importance aux monuments et musées alors que les Allemands en accordent plus aux paysages.

On observe également que les Asiatiques ont un comportement très différent des autres nationalités. En effet, à l'ensemble des questions, les réponses des passagers venant d'Asie ne sont pas identiques à celles des Occidentaux. Une de leur attente principale lors d'escale est par exemple de faire du shopping, alors que les autres nationalités sont plus souvent intéressés par les musées et monuments historiques.

On constate que les Allemands ont un comportement différent des autres passagers européens. Les réservations allemandes se font par exemples plus souvent par tour-

opérateurs, de même que leur espoir de se relaxer durant la croisière est plus important (70 % de réponses affirmatives) que pour les autres Européens (50 % de réponses affirmatives).

- Comparaison selon le navire

Une des hypothèses établit que les navires visent des clientèles différentes. Même si les bateaux choisis ne sont pas illustratifs de toute la flotte mondiale, ils ont néanmoins des caractéristiques différentes. Le « Vision of the seas » répond à une philosophie où le bateau attire plus que le circuit suivi, l'attention y est mise sur le service et l'offre d'activités à bord. Le site de la Royal Caribbean cite même « *Toutes nos activités à bord pourraient vous faire oublier de descendre à quai une fois arrivés à destination !* ». Le « MSC Lirica » et la compagnie MSC argumentent l'intérêt pour leur compagnie en avançant que leur flotte fait partie des plus récentes et modernes, mais aussi en proposant des itinéraires au cœur de l'Europe, et un excellent rapport qualité/prix. Le « Celebrity Constellation » fait partie d'une compagnie visant principalement une clientèle anglophone et mettant en avant ses circuits et destinations. Et enfin l'« AidaMar » fait partie d'une flotte à vocation germanique (le site de la compagnie Aida n'existe qu'en allemand) et construite sur le modèle américain des *Fun Ships*, spécifiques au groupe Carnival Corporation. Le traitement des données des passagers selon leur bateau peut donc permettre de constater si ces remarques se confirment ou non.

On observe donc que les passagers sondés lors de l'escale de l'AidaMar étaient tous allemands. 80 % des passagers interrogés sur le Celebrity Constellation sont anglophones (Anglais ou Américains). On observe également que 22 % des passagers sondés sur le MSC Lirica se situent dans la plus faible classe de revenus. Sur l'AidaMar, 28 % des enquêtés avaient pour motivations à partir en croisière les infrastructures à bord du bateau. Le navire ayant la moyenne d'âge la plus jeune est l'AidaMar avec notamment 26 % de passagers sondés ayant entre 20 et 30 ans. Par contre, le navire ayant le plus de novices est le MSC Lirica. Les autres données ne mettent pas en avant des divergences significatives entre les passagers provenant de bateaux différents.

- Comparaison Novices - Accoutumés

De nombreuses études et de nombreuses compagnies mettent en avant l'importance

pour la croisière de fidéliser leur clientèle. Mais il faut également veiller à attirer de nouveaux passagers et essayer de les faire repartir en mer. La plupart des sites internet des compagnies de croisière ont une section spécifiquement dédiée aux nouveaux croisiéristes. Il était donc intéressant de voir si des différences de comportements apparaissaient entre les nouveaux passagers à bord et les habitués.

Dans nos enquêtes, on a pu observer que les nouveaux croisiéristes ont principalement entre 30 et 50 ans alors que les anciens ont dans la majorité plus de 50 ans. Ils ont également un revenu moyen plus faible. Les novices font eux plus attention au prix de la croisière que les anciens. Ils attendent également du terminal d'avoir un accueil chaleureux et un bon stand d'informations alors que ceux ayant déjà effectué une croisière attendent prioritairement différents modes de transport plutôt qu'un accueil chaleureux.

#### **IV.3.2. Résultat des questionnaires Profanes**

Comme expliqué dans les biais de ce questionnaire, la plupart des sondés furent touchés par le bouche à oreille et les réseaux sociaux, il est donc logique d'avoir 58 % de participants dans la tranche 21-30 ans. Cependant, c'est cette tranche d'âge qui est la clientèle potentielle la plus appropriée pour comprendre les tendances futures et c'est dans cette tranche que les mentalités peuvent encore facilement changer.

Une question visait à savoir ce que les sondés voyaient comme mode de vacances classique et original. Les modes de vacances considérés comme classiques sont : les vacances à la mer (31 %), les hôtels-clubs *all inclusive* (26 %), et le camping (18 %). Les modes de vacances considérés comme originaux sont : le fait de partir loin à l'étranger (28 %) ou en trek que ce soit à pied, à vélo, à cheval, ... (23 %). La croisière est considérée par 74 % de nos personnes interrogées comme un mode de vacances original

La première question fournissait des exemples de motivations à partir en croisière. Certaines motivations correspondaient plus que d'autres. Ils ont donc été classés par ordre d'importance (avec au minimum plus de 33 % des voix pour une correspondance avec les éventuelles motivations personnelles) : la visite de différents lieux, la détente, le prix élevé, les hôtels flottants, et le luxe. À l'opposé, certains mots-clés ne correspondaient pas du tout à l'image que se faisaient les personnes interrogées : l'insécurité (76 % des voix), la nostalgie (75 % des voix), le romantisme et la gastronomie.

Ensuite, en recoupant le classement d'importance avec la question concernant

l'aspect positif, négatif ou neutre, on peut classer les mots-clés du plus proche de l'image de la croisière qu'ont les personnes interrogées au moins proche. Dans le tableau 9, en rouge sont indiqués les termes ayant un caractère négatif, en vert, les termes ayant un caractère positif et en noir les caractères plus neutres (seuil placé à minimum 50 % de réponses affirmatives par item). Les termes sont ensuite classés selon qu'ils se rapprochent de l'image que les individus ont de la croisière.

1	Visite de différents lieux
2	Détente
3	Découverte
4	Rêve
5	Cher
6	Luxe
7	Hôtels flottants
8	Manque de liberté
9	Romantique
10	Gastronomie
11	Animations
12	Spa
13	Retraités
14	« La croisière s'amuse »
15	Insécurité
16	Nostalgie

**Tableau 9 : Classement des représentations des profanes**  
**Réalisation : FURLANETTO G., CIRTAI, 2013.**

Sur base de ce tableau, on pourrait considérer la première moitié du tableau comme proche de l'image de la croisière et la seconde comme ne collant pas à l'image de la croisière. Analysons d'abord les correspondances. Tout d'abord, notons que, au sein des huit premiers mots, seuls deux d'entre-eux sont associés à une connotation négative : cher et manque de liberté. En effet, la croisière est encore vue comme un mode de vacances dispendieux. Deux éléments peuvent être reliés à ce mot. Tout d'abord, il faut considérer le prix global de la croisière comme un prix tout compris. En effet, ce prix comprend le

logement, le transport de port en port, souvent l'acheminement au port de départ, les repas, et les boissons non alcoolisées. La plupart des activités (piscine, spectacles, clubs enfants) sont également comprises dans ce prix. Ensuite, à ce prix de départ, il faut ajouter les activités à bord sur lesquelles les compagnies perçoivent un revenu telles les boissons alcoolisées, les spas, saunas, mais également certaines animations. Il faut également y ajouter les excursions lors des escales (transport et entrée aux attractions touristiques) mais également les repas qui se prennent hors du navire. Le manque de liberté est également associé à ce phénomène. Les personnes associant ce mot à la croisière considère qu'ils sont dépendants de la compagnie, qu'elles ne peuvent pas faire ce qu'elles veulent comme elles le souhaitent. Le terme de luxe est assez similaire à celui de cher. Les quatre premiers mots sont vus comme positifs et sont associés aux attentes et espérances qu'apporte une croisière. Ce sont également ces mots-clés qui ressortent dans les résultats du questionnaire adeptes. Le fait que le mot insécurité arrive en bas du classement prouve que la croisière est vue comme un mode de vacances assez sûr malgré les accidents ayant fait la une des journaux début des années 2010 dont le drame du Costa Concordia.

L'opinion et l'image de la croisière se forment chez les individus étudiés via des connaissances, amis proches ou via des reportages avec équitablement 25 % des voix. Certains annoncent qu'ils se sont fait une opinion via les publicités ou simplement les préjugés (18 % des réponses).

À la question « Que permet la croisière ? », les réponses ouvertes ont été regroupées sous quelques catégories : la découverte, le fait de voir plusieurs villes en une fois (35 %) ; le dépaysement, la détente, le fait de ne devoir s'occuper de rien (25 %) ; faire une nouvelle expérience (14 %) ; vivre une vie maritime (comme un marin ou simplement se remémorer les transatlantiques) (13 %) ; l'emprisonnement (5 %) ; le luxe (3 %) ; les rencontres (2 %).

### ***IV.3.3. Analyse des résultats***

Pour analyser les résultats du questionnaire *Profanes*, il est intéressant de le mettre en lien avec les résultats du questionnaire concernant les croisiéristes afin de voir si les a-priori collent avec l'image de la croisière ou bien s'ils sont différents et de la sorte, permettre de répondre aux hypothèses.

- Hypothèse : « Les comportements généraux des croisiéristes diffèrent selon leur tranche d'âge ou leur nationalité »

Notons tout d'abord que seuls les résultats des questionnaires *Adeptes* peuvent permettre de répondre à cette hypothèse. Une des premières remarques faites sur les résultats était la prédominance des Allemands et des Américains au sein des nationalités obtenues. Ceci peut directement faire écho à l'état actuel du marché de la croisière. En effet, le secteur, principalement américain s'est peu à peu implanté de manière plus significative en Europe. Les premiers à avoir répondu à l'émergence de ce nouveau mode de tourisme en Europe furent les Allemands. Ils sont les initiateurs des nouvelles tendances de la croisière au sein du continent. Sur base du modèle du cycle de vie du produit touristique, qui a été présenté en première partie de cette thèse, les États-Unis se situent au sommet de la courbe de croissance quand l'Europe est au début de la courbe de croissance et l'Allemagne se place plutôt sur la fin de celle-ci. Cet argument peut également expliquer le fait que les Allemands ont un comportement beaucoup plus semblable aux Américains qu'aux autres nationalités européennes. Concrètement, l'Allemagne fut un des marchés précurseurs de la croisière et prit son essor avec le développement de la compagnie Aida Cruises, compagnie faisant partie du groupe CCL, premier groupe mondial mais basé aux États-Unis. La compagnie Aida Cruises, fondée en 1994, fut rachetée assez jeune par le groupe Carnival (rachat en 2000). Elle fut alors remodelée pour coller à l'image de *fun ships* mise en avant par les Américains. Les habitudes de consommation des croisiéristes allemands sont donc plus proches des mentalités américaines que du comportement des Européens. Par contre, d'autres compagnies de croisière telles que les compagnies basées en Angleterre comme la Cunard font aussi partie des grands groupes américains. Cependant, elles existaient depuis de nombreuses années et s'étaient déjà construit une identité et une image connue du grand public avant d'être rachetées par les Américains. Dès lors, les mentalités des passagers anglais se sont développées et construites avant de faire partie du marché globalisé actuel. On constate donc que les images de la croisière véhiculées par les passagers sont différentes selon le niveau de développement de la croisière au sein de leur pays d'origine et non directement de la nationalité.

D'autres éléments contextuels peuvent entrer en compte. Dans le cas du comportement vis-à-vis des réservations par exemple, il peut être constaté que le rôle des agents de voyage, fortement promu par les associations américaines des acteurs de la

croisière, est en effet confirmé par les 50 à 70 % d'individus du continent américain faisant leur réservation via celles-ci. Cette tendance apparaît également chez les Allemands mais de manière moins significative.

Le développement de la croisière sur le marché asiatique s'est fait quant à lui beaucoup plus tardivement. En effet beaucoup de pays du continent sont encore considérés comme en voie de développement or, si l'on se réfère à la pyramide des besoins de Maslow, les produits touristiques sont des biens de niveau supérieur (MASLOW A.H., 1943 ), même si ceux-ci sont actuellement plus démocratisés qu'ils ont pu l'être par le passé. L'émergence d'économies fortes en Asie est assez récente et l'intérêt des compagnies de croisières ne s'est montré que vers la fin des années 2000. Ceci peut alors expliquer la faible présence asiatique au sein des individus sondés (précisons qu'il s'agissait d'un itinéraire européen). De plus, un autre argument peut être avancé concernant les membres d'équipage. Beaucoup d'employés à bord occupant les postes les moins gratifiants sont d'origine asiatique. Ceci pourrait envoyer une image assez négative de la croisière auprès de la clientèle asiatique potentielle. De plus, il est souvent prôné une culture asiatique différente de la culture occidentale et donc les individus ne seraient pas attirés par les mêmes produits. Cet argument rentre tout à fait dans l'affirmation de l'hypothèse quant aux différences de comportements liées aux nationalités.

Certains des éléments mis en avant pour la distinction selon l'âge s'expliquent par le contexte de cette même variable ; il a par exemple été remarqué que les 15-20 ans sont d'abord motivés par la correspondance des dates car ils sont le plus souvent encore en milieu scolaire (ou universitaire) et dépendent donc du calendrier académique. Pour les petites divergences des 40-50 ans, une des explications peut se trouver dans un changement de cap (lié psychologiquement à l'âge), poussant à s'intéresser plus à la culture et à moins devoir se préoccuper des détails pratiques. Gail Sheehy cite par exemple dans son livre : « *Quelle que soit la place qu'il occupe, l'homme de quarante ans se sent généralement inquiet, accablé et ignoré. Il s'inquiète de sa santé. Il se demande si c'est bien là tout ce que peut lui offrir la vie. Il abandonne souvent des certitudes bien établies et se laisse aller* » (SHEEHY G., 1977). Cette citation illustre et explique également l'évolution du comportement en vieillissant, ce besoin de ne plus devoir s'occuper de rien mais simplement de profiter du moment présent. En effet, même si la croisière est un mode de vacances itinérant, il ne faut pas défaire sa valise à chaque escale, les repas sont fixés à

heures régulières et tout est pris en charge. Cet argument s'illustre par les réponses à la question « Que permet la croisière ? » posée lors du questionnaire profane. 25 % des enquêtés y indiquent qu'elle permet de se détendre, de ne s'occuper de rien.

Dès lors, même si chaque différence de comportement peut trouver une explication, nous pouvons affirmer complètement cette hypothèse concernant la différence de comportement selon les nationalités et même tenter de les positionner les unes par rapport aux autres. Cependant, pour la divergence selon l'âge, les résultats sont moins catégoriques mais plus évolutifs c'est-à-dire que les divergences de résultats liées à l'âge s'accroissent quand les individus vieillissent.

- Hypothèse : La croisière est un mode de vacances pour les individus du troisième âge

Les divergences de comportements selon l'âge nous amènent directement à pouvoir répondre à cette hypothèse. En effet, les résultats de nos questionnaires auprès des passagers en escale nous indiquent que plus de 50 % des individus sondés ont plus de 50 ans. Comme expliqué précédemment, la croisière est un mode de vacances qui permet aux touristes de ne devoir s'occuper de rien tout en profitant de plusieurs destinations, du logement, des repas et des excursions proposées (toujours en supplément). Cependant, il faut croiser ces résultats avec ceux des questionnaires « profanes ». Ceux-ci indiquent le mot-clé « retraités », que l'on peut assimiler aux individus du troisième âge comme un critère négatif mais le placent à la 13<sup>e</sup> position d'importance sur 16. Ce n'est donc pas un élément qui leur importe lorsque l'on parle de l'image de croisière. Ceci indique que même si cette hypothèse s'affirme, la situation est en train de changer avec le temps. Cependant, certaines compagnies ont profité de cette tendance pour se spécialiser auprès de cette clientèle plus âgée comme SOJA, une compagnie anglaise vouée au plus de 50 ans.

- Hypothèse : « Par leurs navires, les compagnies visent des clientèles au profil ciblé ».

Comme expliqué précédemment, les navires enquêtés suivent tous une philosophie propre (celle de leur compagnie). Les résultats obtenus sur chacun des bateaux confirment leur caractéristique et leur identité propre. Les remarques concernant l'âge des croisiéristes nous poussent également à pouvoir répondre aisément à cette hypothèse. Cependant, de

celle-ci, plusieurs autres tendances mondiales et réflexions ont pu être dégagées pour nous permettre de préciser l'hypothèse principale.

La première tendance indique que **la croisière est un produit de luxe, réservé à une clientèle relativement aisée**. Les résultats globaux nous ont montré que la croisière reste réservée à une clientèle assez aisée par le prix global qu'elle engendre. Cependant, certaines compagnies, notamment MSC, offrent des croisières à prix plus démocratique. Pour ce qui est des a-priori, le terme « Cher », perçu négativement, arrive à la cinquième place du classement des représentations. La réponse à cette hypothèse ne peut donc se confirmer sur tous les plans même si, à l'échelle mondiale, la croisière reste relativement chère. La tendance montre cependant de plus en plus de compagnies au rapport qualité/prix intéressant.

La seconde tendance pouvant être énoncée est **qu'il devient plus usuel de partir en croisière en ayant comme destination le navire et non plus les villes d'escale**. Cette tendance ne s'applique pas à toutes les compagnies, seules certaines suivent cette philosophie du *fun ship*. Dans notre cas, seul l'AidaMar pouvait répondre à cette maxime mais 51 % des sondés considèrent toujours le circuit et ses escales (ou destinations) comme la principale motivation les ayant poussé à partir en croisière. On constate donc qu'en Europe, cette tendance reste encore très faible, la priorité des compagnies étant mise sur les circuits et non sur le navire en lui-même.

Ces tendances peuvent nous aider à dire que la clientèle européenne n'est pas perçue de la même manière que la clientèle américaine par les compagnies de croisières. De plus, l'Europe possède un patrimoine historique et culturel fort et relativement rapide d'accès à partir des villes portuaires et cela pousse les compagnies à garder cette philosophie. Cependant, les résultats de nos questionnaires mettent en avant quelques éléments pouvant répondre à l'hypothèse. On observe par exemple que le navire ayant le plus de novices est le MSC Lirica. C'est également ce navire qui possède la plus grande part de passagers à bas revenus. En effet, la compagnie MSC Croisière a pour stratégie marketing d'attirer de nouveaux clients en proposant des prix attractifs et des itinéraires intéressants. L'AidaMar avait 80 % des passagers sondés allemands. Cette compagnie, basée en Allemagne vise prioritairement la clientèle de son propre pays. On peut par exemple noter que leur site internet n'existe qu'en allemand. Les autres résultats ne sont pas assez significatifs pour pouvoir les utiliser.

- Hypothèse : « La motivation principale d'un croisiériste est de pouvoir visiter plusieurs lieux en une seule fois.

Cette caractéristique est, et reste, toujours le principal élément du secteur des croisières, il s'agit de sa définition même. Les résultats des deux questionnaires placent cette représentation en tête relativement loin devant les autres. En effet, dans le cas du questionnaire « profanes », c'est le mot-clé qui arrive le premier de la liste en recoupant l'ensemble des informations proposées. 35 % des individus sondés indiquent également ce critère comme réponse à la question « que permet la croisière ? ». Dans le questionnaire « adeptes », ce sont 51 % des sondés qui affirment que leur motivation première à choisir la croisière comme mode de vacances était le circuit et les escales proposées. 66 % y indiquaient également leur attente de pouvoir visiter de nombreuses villes et de nombreux sites touristiques. Cette hypothèse est donc totalement approuvée et c'est même cet élément qui permet de faire tourner économiquement le secteur des croisières. C'est donc sur ce critère principal que vont se reposer les compagnies pour développer leur stratégie marketing dans le but d'attirer une nouvelle clientèle.

- Hypothèse : « La majorité des croisiéristes sont des habitués de ce mode de vacances ».

Cette hypothèse, directement tirée de la littérature académique peut facilement être observée dans nos résultats. En effet, le questionnaire « adeptes » met en avant que 81 % des individus sondés avaient déjà réalisé au moins une croisière auparavant. On constate également que les novices sont généralement plus jeunes avec une tranche d'âge allant de 30 à 50 ans alors que la moyenne des accoutumés est de plus de 50 ans. Ces deux éléments permettent de confirmer l'hypothèse mais également de mettre en avant deux stratégies utilisées par les compagnies de croisières.

Premièrement, la stratégie la plus évidente est que les compagnies tentent de rajeunir l'image du secteur en attirant une clientèle plus jeune et familiale. La seconde stratégie vise à fidéliser la clientèle. En effet, il est plus aisé et surtout moins coûteux pour les compagnies de garder les clients déjà acquis que de devoir prospector des nouveaux clients. De plus ceux-ci, en plus d'être une source de revenus, sont également source de publicité grâce au bouche-à-oreille (PETRICK J.F., 2004). En effet, de plus en plus de compagnies possèdent un club privé réservé à leur clientèle la plus fidèle.

#### **IV.4. Conclusions**

L'image de la croisière auprès des touristes est influencée par de nombreux facteurs. Le premier est bien entendu l'image que les compagnies de croisière veulent donner de leur marque et du secteur de manière générale. Il reste cependant que celles-ci promeuvent des images différentes selon le profil de clientèle ciblé. Chaque compagnie possède alors une identité propre. Approfondir cet aspect des choses, étudié en économie et marketing, n'apporte que peu d'intérêt dans une thèse en géographie.

Les résultats des enquêtes mettent en avant l'importance d'une de nos hypothèses concernant les accoutumés. En effet, en plus d'être des clients fidèles à l'image de la compagnie, ce sont également eux qui font la publicité du secteur auprès des touristes de croisières potentiels. C'est effectivement le bouche-à-oreille qui est la première source permettant de se faire une opinion sur le secteur.

Nous avons également observé que le comportement des croisiéristes dépend relativement fortement de sa nationalité et l'origine de la compagnie de croisière. Les touristes peuvent alors se placer sur le cycle de vie du produit touristique car leur comportement évolue en fonction des compagnies de leur pays d'origine.

L'analyse de l'image de la croisière permet de comprendre les actions et les stratégies des acteurs qui interviennent dans la construction du système croisière. Elle place surtout en évidence le rôle très large joué par la compagnie de croisière au sein du système.

Il reste qu'avec de meilleurs moyens, il aurait alors été possible d'obtenir plus de résultats, et donc une base statistique plus solide pour notre analyse. Un sondage à bord même des navires ou dans de plus nombreux ports pourrait permettre d'obtenir des résultats quelque peu différent de ceux obtenus ici. Néanmoins, les 100 réponses obtenues représentent un échantillon assez varié pour nous fournir un aperçu de l'image de la croisière et des attentes des touristes concernant ce mode de vacances.





## Chapitre V

# ORGANISATION SOCIALE DE LA CROISIÈRE

### V.1. Introduction

Comme dans de nombreux systèmes, les acteurs intervenant sont multiples et forment à eux-seuls un sous-système correspondant à l'organisation sociale de la croisière. En effet, les individus associés à la croisière sont en action et/ou inter-actions les uns avec les autres et les actions de l'un des acteurs peuvent avoir des répercussions sur les autres. L'objectif de ce chapitre est de présenter les différents acteurs et de les placer en système de manière à mieux comprendre le volet social du système croisière. Ce chapitre se divise en trois points.

Le premier point énumère et définit les différents acteurs de la croisière. Notons cependant que ceux-ci ont été classés selon leurs rôles et qu'il ne s'agit donc pas d'une énumération des individus pouvant intervenir durant le séjour d'un paquebot de croisière. On peut noter les acteurs centraux, à savoir le touriste et la compagnie de croisière, les acteurs du transport, les acteurs du tourisme, les acteurs des loisirs, et les acteurs indirects jouant cependant un rôle dans le bon développement du secteur.

Le deuxième point regroupe ces acteurs et les place en système selon trois critères. Les critères sont définies selon le secteur d'activité des acteurs, à savoir les acteurs du transport, les acteurs du tourisme, les acteurs des loisirs et les acteurs de l'ombre ; selon le processus d'intervention du touriste, c'est-à-dire le moment auquel l'acteur entre en contact avec le touriste ; et enfin, le dernier présente une vue globale, peu importe le secteur ou la période d'intervention.

Le troisième point aborde les réglementations internationales qui peuvent conditionner les interactions sociales au sein de l'industrie et même souvent les contraindre. Celles-ci abordent la problématique des pavillons de complaisance, puis la mise en place des conventions internationales telles que la convention SOLAS ou MARPOL.

## V.2. Jeu des acteurs

De nombreux acteurs, appartenant à différents secteurs, entrent en compte dans l'organisation sociale de la croisière. Cette partie vise à présenter et définir ces acteurs et ensuite à analyser et représenter les relations et interactions apparaissant entre eux.

### V.2.1. Acteurs du système croisière

Avant d'analyser les modèles d'organisation sociale de la croisière, il est important de cerner les différents acteurs et leur principale activité au sein du système croisière. Évidemment, chacun d'entre eux a des conséquences différentes sur les villes d'escale et le marché mais il serait complexe d'approfondir l'ensemble de ces impacts. Seule la présentation des différents acteurs sera abordée ici.

- Les acteurs centraux

Le TOURISTE est l'acteur principal de notre étude. Ce sont ses perceptions et ses représentations qui construisent le monde du tourisme. La définition du touriste dépend donc forcément de la définition du tourisme or celle-ci fut et reste encore controversée dans le monde académique comme expliqué dans la première partie de cette thèse. Notons d'ailleurs que la question de la définition du tourisme s'est posée après celle de savoir comment les dénombrer. L'OMT a cependant fourni une définition satisfaisante : « *le touriste est un individu effectuant un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins d'un an, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) non lié à une activité rémunérée dans le lieu de visite ou un but sanitaire (tourisme de santé)* » (OMT, 2001). Dans notre cas, il sera un touriste n'intervenant que dans un seul mode de vacances, le croisiériste.

Second acteur central de cette thèse, les COMPAGNIES DE CROISIÈRE sont des associations d'acteurs régies par des statuts, et à vocation commerciale. Elles font tourner le marché du voyage touristique et on aurait même tendance à dire qu'elles génèrent leur propre marché. Dans un monde et un secteur économique en pleine globalisation, leur stratégie marketing modèle et structure l'ensemble du marché. Les principaux groupes agissant au niveau mondial ont été présentés en première partie mais il est important de préciser ici qu'il existe une multitude de petites compagnies ne naviguant que sur un

marché donné et au nombre de passagers annuels assez limité.

- Les acteurs du transport

Nous pouvons citer trois acteurs principaux agissant dans le transport au sein du secteur passagers (à l'exception bien sûr du bateau de croisière) : les compagnies de taxi, les compagnies d'autocars et les compagnies aériennes.

Acteurs du transport lors des escales, les COMPAGNIES DE TAXI sont indépendantes des compagnies de croisières. Elles offrent leur service pour le transport des touristes du terminal croisière vers les attractions touristiques de leur choix. Elles vont même jusqu'à proposer des tarifs attractifs pour le transport sur une journée complète et donc pour la visite de plusieurs sites. Les taxis font souvent partie de compagnies de taxis mais peuvent également être totalement indépendants et travailler à leur propre compte. Dans ce cas d'étude, nous ne ferons pas la distinction entre les deux.

Également acteurs du transport, les COMPAGNIES D'AUTOCARS ne sont, à l'origine, pas spécifiquement vouées aux transports des passagers lors d'escales, elles sont également utilisées pour le transport scolaire, ou sur des lignes régulières. Les autocars peuvent généralement contenir une cinquantaine de passagers. Dans le cas du système croisière, les compagnies d'autocars sont souvent affrétées par les compagnies de croisières pour des excursions vendues à bord. Les passagers débarquent du bateau et montent en masse dans ces autocars climatisés. Un guide souvent employé par la compagnie de croisières est également présent à bord du car. Des études, en Provence-Alpes-Côte d'Azur par exemple (ORT PACA, 2001) ont montré l'attrait de la croisière pour ce secteur en grande difficulté bien souvent remplacé, en dehors du transport de croisiéristes, par le train ou la voiture individuelle.

Enfin, le troisième acteur est la COMPAGNIE AÉRIENNE. Totalement indépendante du secteur de la croisière d'un point de vue économique et fonctionnel (son activité principale n'est absolument pas le transport spécifique de croisiéristes), les compagnies aériennes s'associent cependant parfois avec des compagnies de croisières pour permettre de proposer aux touristes des packages comprenant leur acheminement de l'aéroport le plus proche de leur domicile à leur port de départ, de l'aéroport Charles-De-Gaulle (France) vers Fort Lauderdale (Caraïbes) par exemple. Il est même arrivé qu'elles affrètent un bateau pour proposer leurs propres croisières (cas d'Airtours).

La CAPITAINEURIE va organiser les escales des différents paquebots au sein d'un port donné. Il connaît le calendrier des escales, les dimensions des quais, les disponibilités et organise donc le tout. Le lieu d'action de la capitainerie est également « la résidence officielle » des officiers de port et des fonctionnaires d'état qui y exercent leur missions et représentent l'autorité portuaire. Cette dernière est l'acteur responsable de la promotion du port sur la scène internationale, auprès des armateurs et des organismes internationaux. Un point consacré aux différents types de gestion portuaire de la croisière sera abordé dans la partie trois de cette thèse. Le rôle de la capitainerie dans un port est donc multiple. Elle veille à l'organisation de l'accueil des navires, et donc de la sorte à la gestion des mouvements de navires dans le port de même que l'attribution de leurs emplacements. Elle est également attachée à la surveillance et à la conservation des installations portuaires, à la surveillance des plans d'eau et chenaux, de la pollution et des événements pouvant affecter la sécurité du port et des navires. Elle gère aussi les ponts et écluses, et fait appliquer le code des ports, de la sorte elle est la police des plans d'eau, de l'environnement, du balisage et fait appliquer les règlements particuliers du port. Le service de la capitainerie forme le maillon essentiel pour la fluidité du trafic maritime et l'accueil des navires dans le port (Nantes Saint-Nazaire Port, 2014).

L'AGENT MARITIME ou consignataire, est mandaté par un armateur ou un affréteur pour le représenter dans un port lors de l'escale d'un navire. Il va aider à la préparation de l'escale du navire par sa connaissance du pays, du port et des divers intervenants disponibles sur place. Ses principales tâches consistent, avant l'arrivée du navire, à avertir le capitaine des différentes réglementations locales auxquelles il doit prêter attention et à agir en qualité d'intermédiaire pour requérir les services d'un atelier de réparation ou d'un fournisseur de matériel ou de vivres si besoin est. Ses tâches, à l'arrivée du navire, consiste à aider le capitaine à remplir les différents formulaires administratifs locaux, à préparer localement les transports de personnel, à apporter une assistance au capitaine en cas de problème grave. En tant que représentant de l'armateur, l'agent va également être amené à facturer et collecter les recettes de frets auprès des clients qui vont charger des marchandises sur le navire, engager des dépenses pour le compte de celui-ci. En tant que lien avec les acteurs locaux, il va aussi organiser les opérations en relation avec la station de pilotage maritime, les autorités portuaires (sécurité, sûreté, contrôle par l'État du port), les chargeurs de la marchandise, les services de douane, les inspecteurs des

sociétés de classification. Il est donc le lien entre la compagnie de croisière et le port dans lequel le paquebot va faire escale (Nantes Saint-Nazaire Port, 2014).

- Les acteurs du tourisme

Les COMMERCES et « HORECA »<sup>6</sup> agissent souvent comme le premier contact entre les passagers de croisières et les populations locales. Souvent peu adaptés pour spécifiquement répondre aux besoins des croisiéristes, ils sont avant tout présents pour les besoins de la population locale. Il est difficile d'évaluer l'impact que peut avoir l'escale d'un bateau sur le chiffre d'affaires de ces commerçants. Cependant, de plus en plus d'agents de promotion de la croisière au sein des villes d'escales mettent en place des accords de détaxation pour les touristes de la croisière dans des commerces spécifiquement choisis par ces agents.

Notons ici que les hôtels n'interviennent pas durant le séjour des croisiéristes mais qu'ils peuvent éventuellement intervenir avant ou après le départ de leur croisière. En effet, cet acteur est rencontré lorsque le touriste veut effectuer une ou plusieurs nuitées avant d'embarquer ou après le débarquement. Dépendant pour beaucoup du tourisme, les gérants d'hôtels ont alors tendance à s'associer avec les compagnies de croisière afin de faire partie des packages croisière.

L'OFFICE DE TOURISME est un centre d'information dont la mission est l'accueil, l'information et la promotion du tourisme à destination du public ou des visiteurs, allant des simples habitants locaux, aux excursionnistes et en passant par les touristes. L'objectif de la structure est de faciliter le séjour touristique des visiteurs. Souvent acteur clé pour la promotion de la ville portuaire, il peut parfois assumer un rôle plus important. Dans le cas du Havre, l'office de tourisme est devenu le gestionnaire du terminal croisière, il gère la croisière dans la ville, il en fait la promotion lors de conférences internationales, ... Dans d'autres cas, comme celui d'Amsterdam, il s'est associé avec d'autres représentants de la ville, de la région, ou des acteurs agissant en parallèle pour promouvoir le terminal et le port. L'office de tourisme est également un acteur clé pour le touriste car il est dans beaucoup de cas le premier contact des passagers après leur descente du bateau. Ils sont également en lien avec les différentes attractions touristiques accessibles dans la région.

---

6 HORECA est un acronyme utilisé en Belgique, en Suisse, au Luxembourg et aux Pays-Bas. Il signifie HOTels, REstaurants, CAFés.

Une ATTRACTION TOURISTIQUE est un lieu d'intérêt communément visité par les touristes, pour sa valeur culturelle implicite ou exposée, sa beauté naturelle ou non naturelle, ou pour ses opportunités d'amusement. Celle-ci inclue des lieux historiques, des monuments, des zoos, aquariums, des musées, des galeries d'arts, des jardins botaniques, des bâtiments typiques (châteaux, bibliothèques, anciennes prisons, gratte-ciels, ponts, ...), des parcs nationaux et des forêts, des parcs d'attractions et des carnivals, des communautés d'enclave ethnique, des trains historiques et des événements culturels. Acteurs fondamentaux du tourisme, les gestionnaires et employés d'attractions touristiques sont peu cités dans les études sur la croisière même si l'impact économique de l'arrivée massive de passagers ne peut être négligeable.

L'AGENT DE VOYAGE conseille au mieux la clientèle en matière de voyages d'agrément ou d'affaires et lui propose certains produits touristiques, des visites de villes, des circuits touristiques ou des séjours sportifs. Il tient compte de la classe d'âge des intéressés, de leurs goûts et de leur budget. Dans le cadre des voyages d'affaires, il se charge, pour les clients, d'une partie ou de la totalité des formalités et des réservations (contrats d'assurance-voyage, titres de transport, chambres d'hôtel, location de voitures, etc.). L'objectif de l'agent est la vente de prestations touristiques diverses. Par téléphone ou en vis-à-vis avec le client son objectif est d'amener ce dernier à exprimer ses souhaits mais aussi être en mesure de le conseiller et/ou de l'orienter vers différentes options. Il est dans beaucoup de cas l'interface entre la compagnie et le touriste dans l'achat d'une croisière. Acteur clé sur les dernières années, le développement et la généralisation de l'utilisation d'internet diminue fortement son rôle aujourd'hui. Il reste cependant le seul vendeur spécialisé de croisières et reste en partenariat avec les compagnies ou les institutions. En effet, faire une réservation en ligne fonctionne bien pour des réservations simples. Les réservations plus complexes nécessitent les services d'un expert qui peut alors donner des informations complètes quant à la qualité du personnel, l'état et les infrastructures du bateau, ... (BEDART F., 2001)

- *Les acteurs des loisirs*

Le PERSONNEL DE BORD regroupe une foule de différents acteurs agissant sur différents secteurs : restauration, divertissement, services à la personne, entretien, ... Nous définirons ici les principaux.

Les AGENTS DE SPECTACLE sont des individus produisent une œuvre artistique,

cultivant ou maîtrisant un art, un savoir, une technique, et dont on remarque entre autres la créativité, la poésie, l'originalité de leur production, de leurs actes, de leurs gestes. Ses œuvres sont source d'émotions, de sentiments, de réflexion, de spiritualité ou de transcendance. Ils peuvent être présents à bord sous deux formes. La première est une compagnie indépendante effectuant ses prestations pour la compagnie de croisière. La deuxième est un et/ou plusieurs individus employés directement par la compagnie pour assurer le spectacle à bord. On peut y trouver des chanteurs, danseurs, acrobates, plongeurs, acteurs du cirque, chorégraphes, musiciens, ... Nous pouvons citer ici l'exemple très adéquat de la croisière « âge tendre et tête de bois » à bord du MSC Splendida accueillant des artistes musicaux tels que Michelle Torr, Hervé Vilard, Julie Pietri, Patrick Juvet, ou encore la Compagnie Créole.

Il arrive parfois, et c'est de plus en plus courant, qu'une compagnie embauche des grands CHEFS CUISINIERS pour leur restaurant gastronomique à bord. Le terme couvre une multiplicité d'acteurs et une grande diversité des types de cuisines, tant locales qu'étrangères. En plus de ces chefs occasionnels intervient également l'ensemble du personnel de cuisine.

Employés par la compagnie, les autres membres du personnel vivent et travaillent à bord. Ils sont soumis non pas à la réglementation de leur pays d'origine mais à celle du pavillon sous lequel le navire vogue. On y retrouve donc le personnel d'entretien sanitaire, d'entretien technique, de restaurations, d'animations, le personnel de spa, de salle de sports, mais également les officiers, capitaine, ...

Très peu abordées ou même citées dans les études académiques ou tout public, les COMPAGNIES D'AVITAILLEMENT sont néanmoins indispensables aux compagnies de croisière. En effet, avec la taille grandissante des navires, il faut de plus en plus de vivres pour répondre aux attentes de l'ensemble des passagers. Ces compagnies apportent donc nourriture, boissons mais reprennent également les déchets lors des escales.

- Les acteurs indirects

Les acteurs indirects sont des acteurs agissant dans l'ombre de la compagnie de croisière, c'est-à-dire qu'ils n'entrent généralement pas en relation directe avec le touriste.

Les GRANDES INSTITUTIONS visent à mettre en place une table de discussion internationale regroupant les compagnies et les ports, ... Auparavant chaque pays ou région

possédait sa propre institution : L'European Cruise Council (ECC) pour l'Europe, l'AFCC pour la France, ... Regroupées récemment sous la dénomination CLIA (Cruise Line International Association), elles sont le porte-parole et le défenseur de la croisière aux yeux du monde. Cette nouvelle association a été créée pour apporter une voix internationale unifiée aux compagnies de croisières, aux agents de voyages et aux partenaires professionnels. Elle se posera comme un référent unique pour les problématiques d'ordre technique et réglementaire. La CLIA regroupe neuf associations internationales : CLIA (États-Unis), ECC (Europe), ACA (Asie), PSA (Angleterre), AFCC (France), ABREMAR (Brésil), NWCCA (Canada), et ICCA (Australie). Notons que l'ECC regroupe plusieurs associations régionales telles que Cruise Baltic (Scandinavie), Cruise Norway (Norvège), Atlantic Alliance (Façade atlantique), MedCruise (Méditerranée), ... (CLIA, 2014)

Les SYNDICATS visent principalement à défendre les droits des employés des compagnies de croisière. Le principal syndicat à pouvoir agir sur le secteur est l'International Transport Framework (ITF). Il est le syndicat des travailleurs du transport et a pour rôle de promouvoir et défendre les droits des individus mais également de faire des études sur les conditions de travail par exemple. Il travaille notamment beaucoup sur la problématique des pavillons de complaisance (précisions au point suivant). C'est cet acteur qui assure le respect des droits et des bonnes conditions de vie des employés à bord, mais également le respect des réglementations environnementales quant aux traitements des déchets et au rejet des eaux usées. Ces organisations sont cependant souvent méconnues du grand public.

Principalement localisés en Europe, les CHANTIERS NAVALS sont les lieux de construction des énormes paquebots de croisière. Ils travaillent généralement sur commande des compagnies de croisières et construisent le bateau jusque dans les moindres détails. La plupart des chantiers de construction des navires de croisière se situent en Europe. Les trois plus gros sont les chantiers Fincantieri basé à Trieste en Italie, Meyer Werft basé à Papenburg en Allemagne, et les Chantiers de l'Atlantique, actuellement appelés STX France, basés à Saint-Nazaire en France. Les chantiers italiens reposent sur différents sites car ils construisent autant de navires de croisières que de navires de transports ou des navires militaires. Les chantiers de l'Atlantique font partie depuis 2006 de STX Europe et ont donc été renommés sous le nom de filiale de STX Europe en France :

STX France. Nous avons cependant distingué ce chantier naval du reste du groupe à raison de sa forte production de navires de croisière. Ce chantier s'est également distingué en 2013 par la commande d'un des plus grands navires de croisière au monde : un bateau de classe Oasis chez *Royal Caribbean International* d'une capacité de 5 400 passagers en double occupation de cabine. Ce nouveau paquebot devrait être mis en service d'ici 2015. Meyer-Werft est le chantier de prédilection pour la construction des navires allemands de la compagnie *Aida Cruise* (six navires y furent construits). Le seul chantier non européen repris ici est celui de Mitsubishi qui a récemment (en 2004) construit deux navires pour *Princess Cruises*. C'est également ce chantier qui s'est vu confier la construction des deux prochains navires de la compagnie Aida prévus pour 2015 et 2016.

Nombreux sont les chantiers qui, lors de la construction de nouveaux paquebots, reçoivent des subsides de la part de l'Union Européenne. Ceux-ci sont cependant de moins en moins fréquents (PEISLEY T., 2000). Le tableau ci-dessus nous présente donc pour les principaux chantiers navals spécifiques de construction de navires de croisière, leur origine, de même que le nombre de paquebots de croisière construits. Notons donc que les filiales actuelles de STX Europe ont été regroupées mais tout en gardant le décompte de navires avant l'acquisition ou la fusion des compagnies par le groupe. Le groupe est donc le premier producteur de navires de croisière avec 86 navires de croisières construits dont presque la moitié en France.

Chantiers Navals	Noms antérieurs		Pays d'origine	Nombres de bateaux
Fincantieri	/		Italie	63
Meyer-Werft	/		Allemagne	35
Mariotti	/		Italie	10
Mitsubishi	/		Japon	7
STX Europe (depuis 2006)	Masa Yards	Masa Yards	Finlande	28
		Wartsila	Finlande	12
	Aker Yards		Finlande	6
	Chantiers de l'atlantique		France	40

Tableau 10 : Les principaux chantiers navals (1970 - 2013)  
Sources : D'après WARD D., 2013

La fin de la seconde guerre mondiale met le secteur de la construction navale dans une position délicate. En effet, les chantiers navals européens doivent faire face à la concurrence asiatique. Pour ce faire l'Europe est obligée de se spécialiser de manière à ne pas réduire son activité et devient donc le premier producteur de navires de croisières (et de transatlantique en premier lieu). La deuxième méthode permettant de maintenir l'activité des chantiers fut de s'associer afin de pouvoir réduire les coûts comme ce fut le cas entre Aker Yards et les Chantiers de l'Atlantique. Notons cependant que la construction de navires de croisières demandent une assez forte spécialisation des chantiers car ceux-ci sont construits jusque dans les moindres détails dans ces chantiers, que ce soit pour l'armature extérieure, la coque, les cabines ou que ce soit pour les divers aménagements intérieurs. Le secteur connaît donc maintenant un développement florissant mais pour combien de temps encore ? La compagnie Aida a par exemple commandé ses deux derniers paquebots au constructeur Mitsubishi.

### ***V.2.2. Analyse du graphe sectoriel***

De manière à rendre compte de l'ensemble des interactions entre les différents acteurs agissant au sein du secteur croisière, une séparation selon le secteur d'activité a été faite.

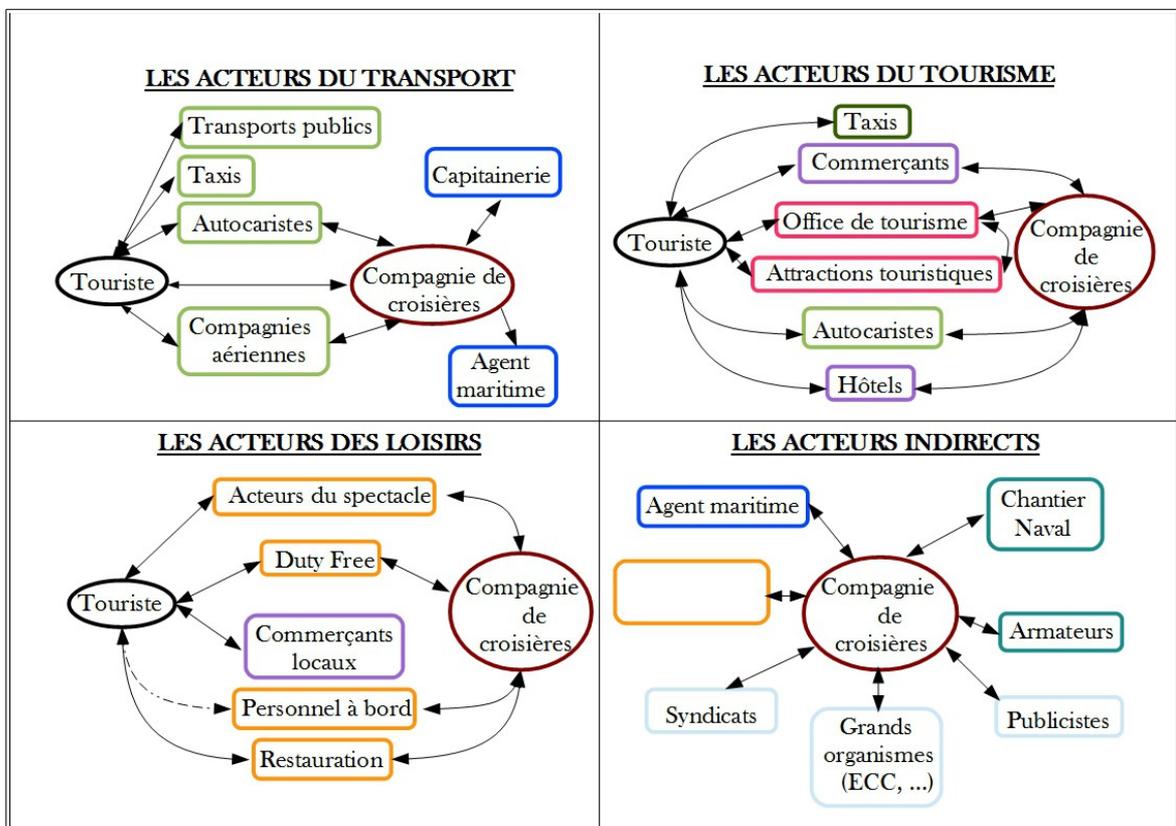
Quatre secteurs ont de la sorte été retenus : le secteur du transport, le secteur du tourisme, le secteur des loisirs et enfin les acteurs indirects, c'est-à-dire n'étant pas en relation directe avec le touriste. Ces secteurs sont présentés à la figure 19.

- ***Les acteurs du transport***

Notons d'abord que sur ce graphe, deux types d'acteurs peuvent être distingués. Tout d'abord les acteurs du transport à proprement parler (en vert), et ensuite les agents du port assurant le bon fonctionnement du transport (en bleu).

Le touriste, lors d'une escale ou en pré/post acheminement au port, peut faire appel à différents transporteurs : taxis, autocars, transport en commun. Dans plusieurs cas, il se peut qu'un acteur du tourisme intervienne. Par exemple, dans le cas de la ville du Havre, c'est l'office de tourisme qui « affrète » des bus du service public pour l'acheminement des passagers de croisières à travers la ville. Pour le transport d'un port à un autre durant la croisière, c'est la compagnie de croisière qui gère, d'où la relation de transport entre le touriste et la compagnie.

La compagnie de croisière peut avoir des contacts privilégiés avec les agents en lien avec les touristes. Dans le cas des compagnies aériennes, la compagnie peut proposer des packs croisière comprenant l'acheminement au port en collaboration avec la compagnie aérienne. Dans le cas des autocars, la compagnie de croisière propose souvent la vente d'excursions toutes organisées à bord. Les compagnies de transport par car vendent donc leur service à la croisière pour permettre de mettre en place ces expéditions journalières. La flèche est double car il s'agit de collaboration, partenariat ou les acteurs retirent des bénéfices.



- Touriste
- Acteurs du transport
- Acteurs locaux
- Acteurs employé par la compagnie
- Acteurs institutionnels
- Compagnie de croisière
- Acteurs portuaires
- Acteurs du tourisme
- Acteurs relatifs au navire

Figure 19 : Jeu d'acteurs sectoriel  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.

Lors des escales, les compagnies de croisière doivent faire appel aux capitaineries et aux agents maritimes afin d'assurer l'autorisation et le bon déroulement des escales.

- Les acteurs du tourisme

Notons d'abord que trois types d'agents peuvent être identifiés dans ce secteur. On observera, en vert, les agents du transport, en rose les agents touristiques globaux et en bordeaux les agents locaux contribuant au tourisme.

Le touriste, lors des escales, interagit avec différents acteurs. Comme dans le schéma sectoriel du transport, le touriste et les compagnies de croisières entrent en contact avec les acteurs du transport pour l'acheminement vers les attractions touristiques.

Le touriste interagit ensuite avec les agents du tourisme, c'est-à-dire principalement l'office du tourisme (souvent placé dans les terminaux, il est le premier acteur local en contact avec le touriste à sa descente du navire). Il rencontre par après les acteurs intervenant au sein des attractions touristiques lors de ses visites. Les acteurs de celles-ci sont des guides, les personnes au guichet, les échoppes de souvenirs, ...

Les acteurs suivants ne peuvent être intégrés directement aux attractions touristiques car ce sont également des acteurs de la vie locale. Ceux-ci sont les commerçants locaux et les établissements d'hôtellerie. Les premiers sont une des principales répercussions économiques locales (mit en avant dans les analyses d'impact dès la croisière sur les villes d'escales). La flèche a été dessinée double car la relation va dans les deux sens. Le touriste achète des biens ou services, et l'agent local profite de l'afflux de touristes pour vendre plus, ce que l'on pourrait appeler une relation gagnant-gagnant. Les seconds sont plus souvent présents avant ou après la croisière pour loger les touristes ayant le désir de rester plus longtemps dans la ville ou n'ayant pas l'opportunité d'arriver en « *just in time* » pour le départ du navire.

Les compagnies sont en double relation avec trois acteurs : l'hôtellerie, le transport par car, et l'office de tourisme. Dans le premier cas, lors de la vente de packs « Croisière-acheminement », les compagnies entre souvent en collaboration avec les hôtels afin de fournir un logement aux passagers dans le cas où leur mode de transport ne correspondrait pas aux créneaux horaires de départ ou d'arrivée du bateau. Dans le second cas, l'explication est la même que dans l'analyse du secteur transport. Dans le dernier cas,

l'office de tourisme peut avoir un double rôle. Prenons l'exemple de la ville du Havre, l'office de tourisme, en plus de s'occuper de la promotion de la ville et de sa région, est le gestionnaire du terminal croisière et est le premier contact entre la compagnie de croisière et l'autorité portuaire de la cité océane.

Enfin, l'office de tourisme est en interrelation avec les attractions touristiques et les commerçants locaux dans un esprit de mise en avant des atouts de la ville portuaire. Dans certains cas, l'office de tourisme peut établir un partenariat spécifique avec une attraction ou un groupe de commerçants afin d'en assurer sa publicité de manière privilégiée.

- Les acteurs des loisirs

Notons ici deux catégories d'acteurs : les agents locaux (bordeaux), et les prestataires de services (orange).

Les commerçants locaux font partie de la sphère loisir pour les mêmes raisons que la sphère tourisme. Les relations sont donc identiques.

L'ensemble des prestataires de services repris ici ont pour objectif de satisfaire les moindres désirs des touristes. Ils sont en contact direct avec les touristes à bord du bateau. La compagnie de croisière va faire appel à eux afin de fournir l'ensemble des services nécessaire aux passagers. La flèche est dirigée vers le prestataire car la plupart sont souvent des sociétés indépendantes de la compagnie de croisière. La relation avec le personnel de bord est par contre différente car le navire est leur lieu de travail, ils sont employé par la compagnie et font en quelque sorte partie de celle-ci, la flèche va vers la compagnie, mais aussi leur lieu de vie (d'où la flèche vers le touriste).

- Les acteurs indirects

Sept acteurs interviennent sans jamais entrer en contact avec le touriste. On y retrouve l'agent maritime abordé dans la sphère des transports, le chantier naval, les sociétés de ravitaillement (pouvant être considérées comme des prestataires de services même si elles font parfois partie du même groupe que la compagnie de croisières), les ONG et syndicats, les grandes institutions, les publicistes et les armateurs.

Pour la plupart, leurs rôles sont définis en première partie de ce chapitre et ne doivent donc pas être ré-expliqués. L'armateur n'a pas été considéré comme un acteur de la croisière car il est souvent le même que la compagnie de croisière. Il arrive cependant qu'une compagnie loue un navire dont il n'est pas le propriétaire pour proposer ses propres

croisières. On parle alors d'armateur non propriétaire.

Les sociétés de ravitaillement ont été placées dans le secteur indirect car elles ne sont pas en relation avec les touristes. Elles agissent lors de l'escale, quand le passager est débarqué, dans le but de ravitailler le navire, que ce soit en nourriture, en boissons, en carburant, ou en produits divers.

Les publicistes sont quant à eux des acteurs indépendants du secteur de la croisière. Ils peuvent y intervenir pour faire la publicité de la compagnie ou de la ville d'escale, voire de certaines attractions particulières. Ils interviennent donc de manière indirecte sur le touriste.

### ***V.2.3. Analyse du graphe temporel***

Le graphe est divisé en trois sections : la préparation de la croisière (les acteurs intervenant avant que le passager monte à bord), à bord de la croisière (acteurs intervenant sur le bateau), et lors d'escales.

- *Avant la croisière*

Dans la grande majorité des cas, le touriste contacte l'agence de voyage. Celle-ci est en contact soit avec un agent de la compagnie la représentant à l'étranger, soit directement avec celle-ci afin de se renseigner sur les offres disponibles. Ensuite, il peut faire un comparatif afin de trouver les correspondances avec les demandes du client.

En parallèle, pour développer son offre, la compagnie de croisière va faire appel à d'autres acteurs : des compagnies aériennes pour l'acheminement, des assistants à terre et des hôtels pour le logement, des agents maritimes pour l'organisation des circuits, des gestionnaires de terminaux pour les escales.

On peut donc construire deux étapes dans la vente de croisière. La première est la demande des attentes spécifiques du touriste auprès de son agent de voyage. Celui-ci va alors se renseigner auprès de la compagnie. La deuxième étape consiste pour la compagnie en une recherche de réponses aux besoins du touriste.

- *À bord de la croisière*

L'analyse des jeux d'acteurs à bord de la croisière reprend certains des acteurs et

des relations de la sphère des loisirs abordées dans le point précédent. Elles ne seront donc pas re-détaillées ici. Notons cependant que l'ensemble des acteurs rencontrés à bord de la croisière sont employés par la compagnie de croisière et donc soumis à son statut juridique et sa réglementation.

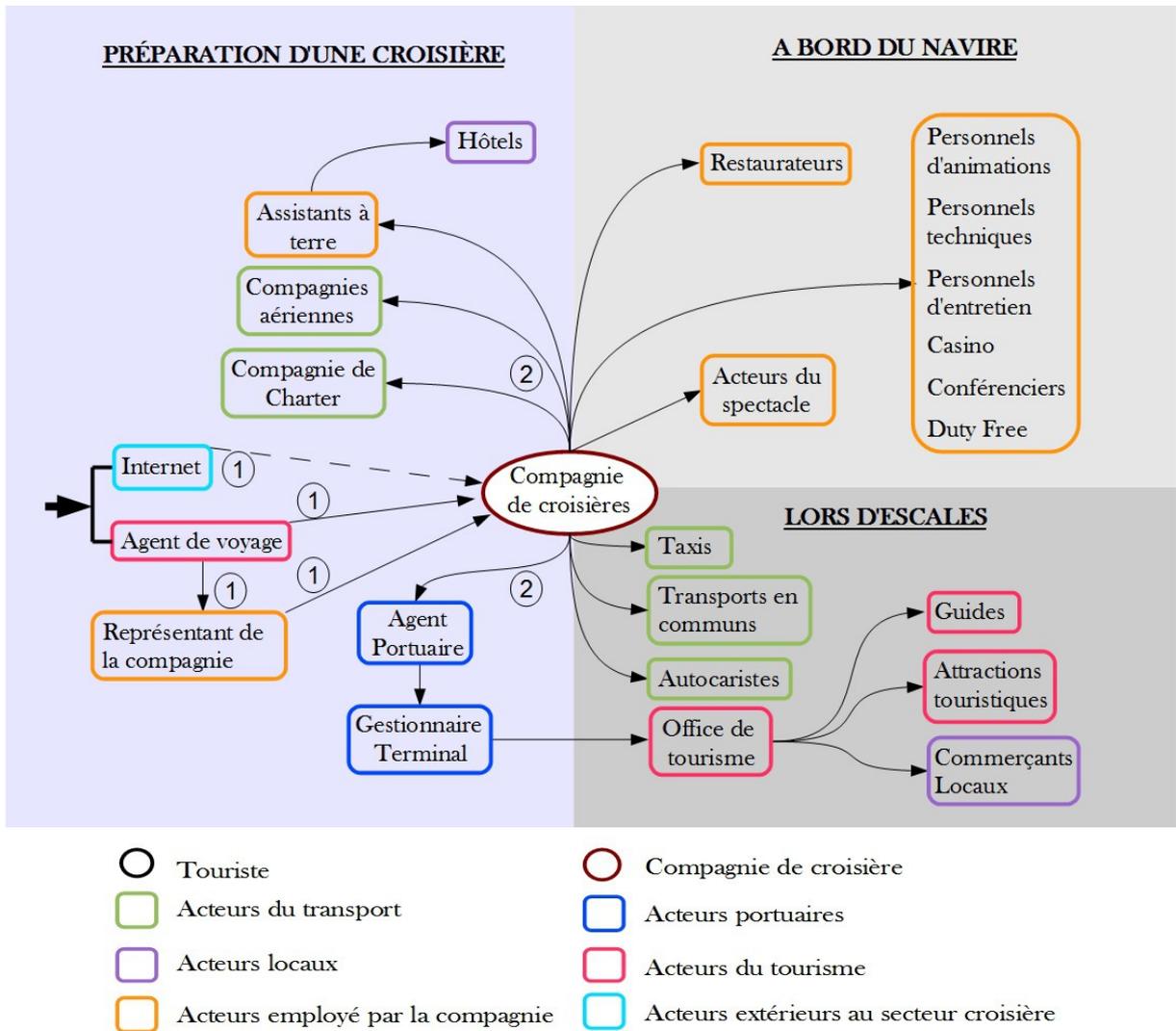


Figure 20 : Jeu d'acteurs temporel  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2013.

• Lors d'une escale

Deux éléments peuvent être distingués dans cette partie du graphe : la relation entre la compagnie de croisière et les acteurs du transport, et la relation entre le gestionnaire du

terminal et les acteurs du tourisme.

Dans le premier cas, ce sont les acteurs du transport cités auparavant dans le graphe sectoriel. Dans le second, les explications sont identiques si ce n'est qu'elles sont pensées ici dans un ordre logique et temporel : le touriste descend du navire et, tout d'abord, il entre dans le terminal. Ensuite, il recherche des informations sur les attractions auprès de l'office du tourisme. Il va visiter les attractions (avec un guide ou non) et il se rend dans les commerces locaux pour emporter des souvenirs

#### V.2.4. Analyse globale du jeu d'acteurs

Les interactions entre les différents acteurs étant mieux comprises, il devient plus facile de positionner tous ceux-ci en système. La figure suivante nous présente une proposition de modélisation des inter-relations agissant au sein de l'industrie des croisières.

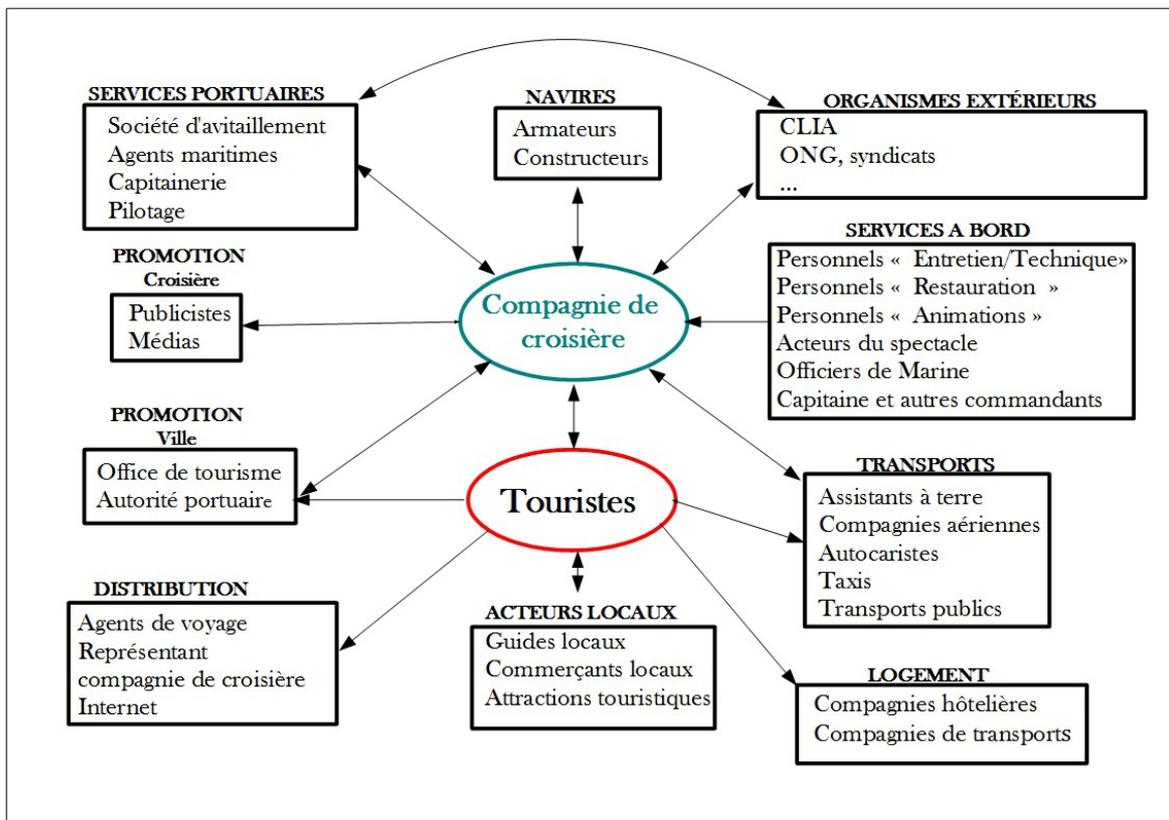


Figure 21 :Le système des acteurs de la croisière  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2014.

Cette figure illustre clairement qu'il y a deux acteurs incontournables sans lesquels le secteur des croisières ne fonctionnerait pas : les compagnies de croisière et les touristes. L'ensemble des autres acteurs sont en interaction soit avec l'un, soit avec l'autre, voire avec les deux. Cependant, on constate que, de manière générale (il existe bien sûr des exceptions), ces autres acteurs ne sont pas en inter-relation directe entre-eux. Ce système d'acteurs présente donc le volet social du système croisière.

Une nouveauté apparaît dans ce graphe global : la distinction entre promotion de la croisière et promotion de la ville. La première illustre les acteurs en actions dans la promotion d'une compagnie de croisière donnée. En effet, de manière à se faire connaître auprès d'un public qui n'est pas encore acquis, la compagnie de croisière va faire appel à des publicistes, des agences de marketing, ... Celles-ci useront alors des médias (télévisés, papiers, sociaux) pour relayer l'image de la compagnie auprès des individus. Concernant la promotion de la ville, ce sont le plus souvent des acteurs du secteur urbain qui, dans ce cas, vont tenter de promouvoir leur ville auprès des compagnies de croisière. En effet, ce sont ces dernières qui sont les décideurs des villes qu'ils vont pouvoir intégrer dans leurs nouveaux itinéraires. Plusieurs modes de promotion existent. Dans certains cas, seul l'office du tourisme (et les autorités municipales donc) sont responsable de la promotion de la cité portuaire auprès des compagnies de croisières. Dans d'autres cas, l'office du tourisme est associé avec l'autorité portuaire, ou la région, ou d'autres ports pour faire la promotion du centre urbain et de sa région. Ce phénomène sera approfondi dans la partie trois. Dans ce second cas, il s'avère que le touriste peut entrer en contact direct avec les acteurs responsables de la promotion pour choisir son séjour de croisière ou tout simplement lors de l'escale même.

### **V.3. Contraintes externes au système croisière**

Le jeu des acteurs permet de mettre en évidence les stratégies utilisées et les contraintes subies par certains des acteurs pour tirer un maximum de bénéfices des diverses relations en action. En effet, dans un monde en pleine globalisation, la géographie de l'emploi notamment devient de plus en plus complexe. Les entreprises sont libres de choisir les pays ayant le moins de contraintes légales concernant le marché de l'emploi, mais ayant également des contraintes environnementales moins restrictives, ou bénéficiant d'avantages

fiscaux. Nous présenterons ici trois des principales contraintes influençant le système croisière. La première, d'ordre économique présentera la problématique des pavillons de complaisance. La deuxième d'ordre législative abordera les conventions internationales régissant le secteur de la croisière. Enfin, une troisième d'ordre environnementale abordera les principales conséquences de ce mode de tourisme sur notre environnement.

### **V.3.1. Contrainte économique : les pavillons de complaisance**

Le phénomène de contournement des lois est parfaitement illustré par l'utilisation des pavillons de complaisance, également appelé pavillon de libre immatriculation, mais que nous abrègerons sous l'acronyme FOC (Flag Of Convenience). Le pavillon représente en effet le pays d'immatriculation du navire. Il représente la nationalité du navire, son identité, mais également le lieu d'application du droit, c'est-à-dire sa territorialité (RAYNALD WERNER A., 1964).

- **Le pavillon : définition**

Dans le cadre de la croisière, secteur très largement mondialisé, comme dans le secteur du transport maritime, une compagnie de navigation maritime implantée dans un pays peut alors immatriculer son navire dans le pays de son choix. Cette législation est utilisée par les compagnies de croisière pour contourner les taxes, les réglementations environnementales et les réglementations sociales de son pays d'origine. En plus de cet avantage administratif, les compagnies de croisières peuvent embaucher leur personnel dans le ou les pays de leur choix. Une compagnie américaine ne doit pas obligatoirement avoir des employés américains, elle peut salarier des Philippins, des Boliviens, des Européens ou d'autres Asiatiques par exemple.

Il existe quatre catégories de pavillons : les pavillons traditionnels tels que ceux des pays européens ou du Japon, les pavillons dépendants tels que ceux de pays provenant de colonies britanniques comme les Bahamas, Gibraltar ou les îles Caïmans, les pavillons secondaires comme le GISR (German International Ship Register), et enfin les pavillons libres. L'ITF, le syndicat international des transports représentant les gens de mer, répertorie 32 pays comme FOC : Antigua, Barbades, Bahamas, Bermudes, Belize, Bolivie, Myanmar, Cambodge, îles Cayman, Comores, Chypre, Guinée équatoriale, FIS (French International Register), GISR, Géorgie, Gibraltar, Honduras, Jamaïque, Liban, Liberia,

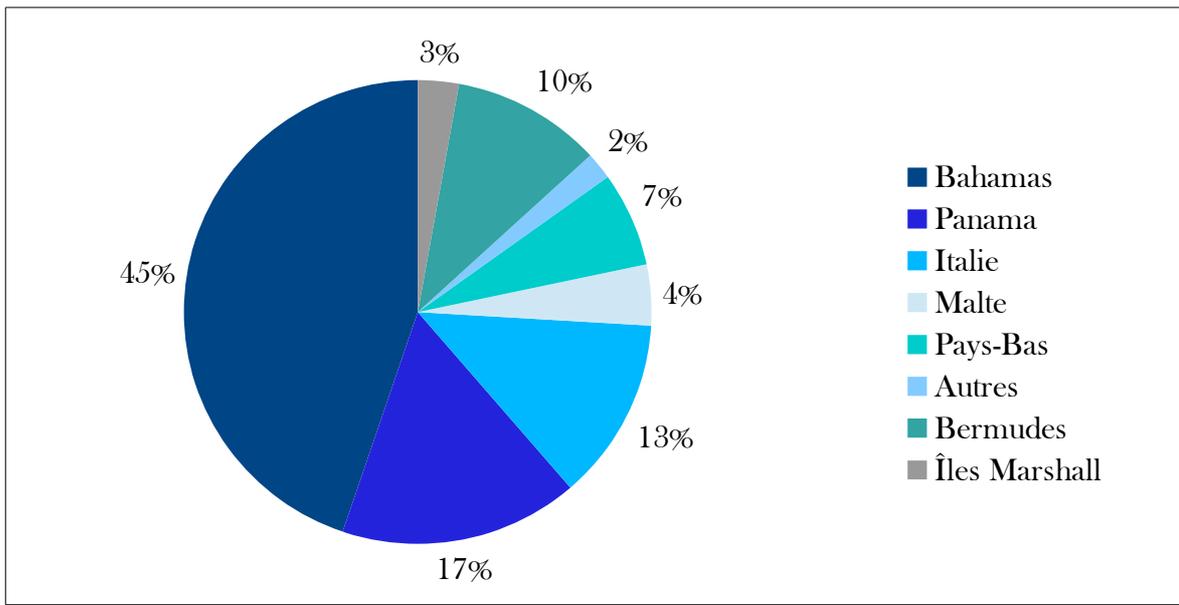
Malte, îles Marshall, Mauritanie, Mongolie, Antilles néerlandaises, Corée du Nord, Panama, Sao Tomé et Príncipe, St Vincent, Le Sri Lanka, Tonga et Vanuatu. Comme cette liste l'illustre, les pays proposant des pavillons n'ont pas obligatoirement un accès maritime.

Le début de l'utilisation des pavillons date de la première mais surtout de la Seconde guerre mondiale. Les États belligérants immatriculaient leur navire dans des pays neutres de manière à ce que ceux-ci soient à l'abri de la capture ou de la destruction par des États ennemis. Certains de ces pavillons présentaient également quelques avantages fiscaux. Notons cependant que naviguer sous pavillon de libre immatriculation ne veut pas dire que les navires ne respectent pas les normes. Seuls certains de ceux-ci entraînent une infériorité des normes par rapport aux standards internationaux. C'est dans le cas de sous-normes que le pavillon sera alors qualifié de complaisance.

Le principal avantage de voguer sous FOC est de profiter d'une certaine forme de détaxation. En effet, la compagnie est souvent représentée au sein du pays de son pavillon par une simple boîte aux lettres. Elle limite de la sorte les taxes car elle n'est pas soumise aux taxes dans son pays d'implantation physique. De plus, les taxes de l'État d'immatriculation sont souvent plus faibles. Le deuxième avantage est d'être soumis à des réglementations en matière de sécurité, d'environnement et de droits du travail moins strictes. Même si les organisations internationales visent à mettre en place des meilleures réglementations, les pavillons permettent alors aux armateurs de les contourner. Un troisième avantage est la faible surveillance et inspection de ces navires par les États responsables des pavillons. En effet, la convention sur la haute mer de 1958 à Genève a établi l'accord selon lequel : « il doit exister un lien substantiel entre l'État et le navire ; l'État doit exercer effectivement sa juridiction et son contrôle dans les domaines techniques, administratifs et sociaux, sur les navires battant son pavillon » mais certains de ces pays négligent fortement cet aspect des choses (RAYNALD WERNER A., 1964). Notons également que le pavillon n'est accordé que si l'État a un lien privilégié avec l'origine du propriétaire du navire de manière justement à pouvoir contrôler l'application de la juridiction du FOC. Cette remarque permet alors de mieux comprendre les liens entre les responsables des pavillons et les états propriétaires. C'est en effet, par exemple, la France qui développa les pavillons maritimes au Liberia, ou comme c'est également le cas entre les États-Unis et les îles Marshall.

- Les principaux pavillons de la croisière

Les bateaux de croisière sont presque automatiquement inscrits sous pavillon de complaisance. La figure suivante nous montre les principaux. Deux pays rassemblent 62 % des navires de croisières. En effet, la majorité des compagnies étant américaine, elles ont des contacts privilégiés avec les paradis fiscaux des Caraïbes.



**Figure 22 : Les principaux pavillons de la croisière**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2013.  
 Sources des données : (WARD D., 2013)

Cependant grâce à une précédente étude faite sur base des chiffres de 1997 et 2008 par Boy.C en 2011, on constate également que la proportion de pavillons nationaux diminue d'année en année. En effet, en 1997, les Bahamas rassemblaient 24 % des pavillons, 20 % pour le Liberia, 8 % pour le Panama et seulement 3 % pour l'Italie. En 2008, les Bahamas rassemblaient 36 % des pavillons, 12 % pour le Panama, 8 % pour l'Italie, et 6 % pour les Bermudes. En 2013, la part de ces quatre pavillons a encore augmenté : 45 % pour les Bahamas, 17 % pour le Panama, 13 % pour l'Italie et 10 % pour les Bermudes (GIBSON P., 2011). Cette évolution de la répartition de la flotte selon son pavillon implique la mise à l'eau de nouveaux navires bien évidemment, mais surtout la réimmatriculation de bateaux déjà sous pavillon. En effet, si l'on regarde les pavillons des navires de la Royal Caribbean Cruises, on constate qu'en 2008, sur ces 36 paquebots,

quatre n'étaient pas immatriculés aux Bahamas. En 2013, l'ensemble de ces navires sont sous pavillon des Bahamas. Au sein du groupe Carnival, on observe que les compagnies principalement basées en Europe telles que Costa Crociere, Aida Croisiere, ou Holland America Line ont leur navire sous immatriculation européenne : l'Italie pour les deux premières et les Pays-Bas pour la troisième. En effet, l'Italie est devenue un des pavillons européens les plus attractifs. La compagnie MSC Croisiere ayant une partie de ses navires sous pavillon panaméen envisage même d'enregistrer l'ensemble de sa flotte sous pavillon italien de manière à mieux coller à son image.

### **V.3.2. Contrainte législative : les réglementations internationales**

Il existe deux grandes conventions relatives au transport maritime. La première est relative à la prévention de la sécurité en mer est connue sous l'acronyme SOLAS. La seconde, la convention MLC est relative aux conditions de travail.

- **SOLAS**

La convention SOLAS, *Safety Of Life At Sea* de son nom complet, est un traité international mis en place par l'OMI (Organisation Maritime Internationale) sur les normes de sécurité et d'exploitation des navires en mer. Elle ne concerne cependant que les navires en eaux internationales et d'un tonnage minimum. Elle fut mise en place suite à la tragédie du naufrage du Titanic en 1912. Elle est régulièrement réactualisée et souvent suite à des faits d'actualité tel que récemment le naufrage du paquebot de croisière Costa Concordia. Elle couvre de la sorte la gestion administrative du navire, des normes de compartimentage et d'installation des machines et installations électriques (instauration de cloisons étanches), des règles concernant la protection contre les incendies, les prévisions en matériel de sauvetages (canots, gilets) et de radiocommunications, l'obligation de système d'identification automatique (boîte noire). Elle régit également le transport de certains types de marchandises : pour le transport de grain, elle édicte les normes d'embarquement et de fixation des cargaisons ; pour le transport de marchandises dangereuses, elle édicte les normes de marquage, d'entreposage, les équipements qui lui sont nécessaires, ... Ensuite, elle régit également la gestion de la sécurité à bord, et aborde les mesures spéciales pour les navires à grande vitesse par exemple. La convention précise également l'importance du capitaine dans toutes les actions sécurisantes à bord. Ce

sont les États d'immatriculation du navire qui doivent veiller à ce que l'ensemble des navires voguant sous leur pavillon respecte ces normes. (IMO, 2014)

- MLC

La convention MLC signifie *Maritime Labour Convention*. Elle sert de cadre pour fixer les droits des travailleurs car nombre d'entre eux viennent de pays avec de très bas salaires. L'esprit de compétition sur le marché dégrade les conditions de travail. La position forte du syndicat international des travailleurs du transport a permis de faire aboutir les négociations avec les compagnies de croisières. La nouveauté qu'apporte cette convention sur les réglementations du travail est qu'elle tente d'introduire une certaine responsabilité sociale.

Avec l'émergence d'un marché du travail globalisé, les compagnies de croisières sont libres de chercher leurs travailleurs à travers le monde en privilégiant les travailleurs ayant le moins de droits ou de pouvoirs et n'ayant souvent pas d'autres possibilités que d'accepter ces offres d'emplois. Paradoxalement, les compagnies de croisières craignent une pénurie de travailleurs même si ceux provenant de ces régions ont un fort taux de chômage. Il naît de la sorte une géographie du travail à bord des navires de croisières qui pourrait atteindre ses limites suite aux contextes politiques, démographiques, et culturels des pays concernés. L'origine du travailleur va définir les conditions de travail qu'il est prêt à accepter car il est influencé par les conditions historiques et économiques de son pays d'origine. Sans cette convention, un travailleur à bord travaillerait 12 à 16 heures par jour pendant 4 à 6 mois d'affilée.

La croisière est également caractérisée par une grande flexibilité du travail, c'est-à-dire par un travail ayant de moins en moins de contraintes temporelles, spatiales, et une organisation avec un taux élevé d'adaptation. Les compagnies créent plusieurs contrats de temps partiel pour un seul travailleur. Ceux-ci vont avoir des périodes de travail de 4 à 8 semaines ininterrompues et puis des périodes de non-emploi. Ces périodes ne sont pas des vacances car sinon les compagnies devraient payer des soins sanitaires et autres. Elles peuvent également profiter de cette période pour renvoyer les travailleurs ne correspondant pas à leur attente sans aucune indemnité de licenciement. (ILO, 2014)

### V.3.3. Contraintes environnementales

Quatre éléments seront abordés dans ce point. Le premier est relatif à la contrainte législative posée par la convention MARPOL. La deuxième concerne la problématique de la gestion des déchets. La troisième concerne les contraintes relatives aux émissions de gaz à effet de serre. Et enfin la dernière concerne les dégradations environnementales plus générales.

- MARPOL

La convention MARPOL tire son acronyme de *MARine POLLution*. Il s'agit d'une convention fournissant diverses réglementations notamment dans la conception des navires, leurs équipements, mais également les procédures portuaires ou la gestion administrative. Elle fut mise en place suite à la conférence de Stockholm et la convention de Londres en 1972 concernant l'immersion des déchets, mais également suite à l'insuffisance de réglementations fournies par la convention OILPOL de 1954. L'OMI (ou IMO en anglais) adopta alors cette convention en 1973 avec révision en 1978. Ces différentes annexes abordent chacune un type de pollution marine : les hydrocarbures, les produits chimiques, les substances nuisibles en colis, les eaux usées, les ordures, la pollution atmosphérique. De la sorte, MARPOL propose une couverture relativement globale aux problèmes environnementaux. Cependant, seuls les deux premiers types de pollutions sont réglementés de manière obligatoire pour tous les pays ayant ratifié la convention. Cent-trente-six pays ont accepté d'appliquer les normes MAPROL, dont notamment la majorité des principaux pavillons de complaisance. (IMO, 2014)

- Gestion des déchets

Les mers et les océans sont actuellement considérés comme le plus grand dépotoir mondial car il échappe aux législations des États pour peu que le déversement se fasse en eaux internationales. Pendant des décennies, le transport a peu fait attention à ses conséquences sur son environnement. Heureusement des nouvelles réglementations locales, nationales et internationales sont maintenant de rigueur pour tenter de réduire cet impact. Elles obligent par exemple les ports d'accueil de croisières à posséder des dispositifs de recyclage des déchets déposés par les navires.

En effet, à bord d'un bateau de croisière, il est surprenant d'apprendre qu'un unique

passager produira 3,2 kilogrammes de déchets par jour. Il faut donc multiplier cette masse par le nombre de passagers mais également y ajouter les déchets produits par les membres d'équipage (quantité journalière cependant plus faible que celle d'un passager). Les navires les plus récents ont mis en place des systèmes très perfectionnés de recyclage des déchets. Les anciennes huiles de fritures sont, par exemple, réutilisées comme biocarburants, les déchets secs sont brûlés ou compactés à bord, les déchets liquides sont, quant à eux, traités et rejetés en mer à 3 miles des côtes, ou à 12 miles s'ils ne sont pas traités. Les restes alimentaires sont broyés et découpés avant d'être rejetés avec les eaux usées. L'Oceana, par exemple, possède deux incinérateurs, un système de traitement des eaux usées, un broyeur de verre et de canettes, un compacteur de plastiques, ... L'ensemble de ces infrastructures permet de diminuer le volume des déchets à stocker. En effet, l'évacuation des déchets à terre est facturée aux compagnies en fonction du nombre de mètres cube. Le compactage réduit de la sorte les coûts pour la compagnie et facilite la manutention. Les compagnies, à côté, peuvent également vendre leurs déchets recyclables de manière à couvrir leur frais.

En janvier 2013, une nouvelle annexe de la convention MARPOL a imposé une réduction des déchets produits par la croisière. Elle impose le stockage d'une plus grande catégorie de polluants à bord du navire afin que ceux-ci soient traités à terre plutôt que rejetés en mer comme c'était le cas auparavant (cartons, papiers, déchets organiques). Actuellement seuls les déchets alimentaires et les eaux usées traitées peuvent être rejetés en mer, à condition d'être à une distance minimale des côtes.

Même si des mesures sont prises par les compagnies pour diminuer leur impact environnemental, il reste que certains milieux restent beaucoup plus sensibles que d'autres. En effet, avec l'extension des marchés de niche ou de certains marchés spécifiques tels que les croisières en Alaska, en Antarctique, ou aux alentours de la barrière de corail, certains écosystèmes très sensibles sont soumis aux pressions liées au tourisme de croisière. Cette pression se fait autant sur la flore que sur la faune de la région vulnérable.

- *Émissions de gaz à effet de serre*

Comme expliqué précédemment, de manière à réduire leur volume de déchets, les compagnies vont incinérer une grande partie de ceux-ci à bord durant leur itinéraire mais vont alors de la sorte relâcher de nombreux polluants dans l'atmosphère. Le procureur de Venise considère qu'un navire de croisière comme l'Oasis of the Sea pollue autant que 14

000 voitures. Effectivement, le secteur des croisières maritimes produit 17 % des émissions mondiales d'oxydes d'azote mais les émissions de CO<sub>2</sub> sont tout aussi élevées. L'association environnementale des amis de la Terre fournissent chaque année un classement des compagnies de croisières ayant la meilleure éco-responsabilité de manière à aider les touristes voulant des vacances responsables. On y constate alors que les compagnies font des efforts de manière à réduire leur empreinte carbone.

La première méthode pouvant être utilisée pour réduire les émissions de particules est l'utilisation d'un meilleur carburant. Actuellement, la majorité des compagnies utilisent du fioul lourd pour les moteurs diesel de leurs navires. Ce carburant, combustible dérivé du pétrole, contient souvent plus d'impuretés que du fioul classique (ou mazout), dont notamment plus de soufre, et émet donc plus de particules que le fioul domestique. De manière à réduire les émissions, l'utilisation d'un carburant plus raffiné s'avérerait alors utile. Le parlement européen est notamment en train de mettre en place une directive (n° 2005/33/CE) visant à obligé l'utilisation de carburant à faible teneur en soufre de manière à pouvoir réduire de 60 % les gaz à effet de serre d'ici 2050. Cette nouvelle réglementation entrera en vigueur au premier janvier 2015. Une telle directive est déjà d'application sur une partie des côtes américaines par exemple.

Ensuite, certains navires associent un moteur électrique à leur moteur diesel. Cette méthode de propulsion peut être comparée au système de voitures hybrides. En plus de diminuer la consommation de carburant, cette méthode réduit le volume nécessaire à la production d'énergie pour le navire et permet alors de faire monter plus de passagers à bord. Le bruit et les vibrations sont également réduits par rapport à un moteur uniquement diesel. La technologie utilisée pour un moteur électrique est celle des « pods ». Ce sont des éléments orientables pouvant remplacer le binôme hélice-gouvernail. Le « pod » contient un moteur qui entraîne une ou plusieurs hélices. Ceux-ci permettent également une meilleure maniabilité du bateau et permet alors de ne plus avoir besoin de remorqueurs au sein du port. Même si ces moteurs utilisent moins de carburant, ils doivent obligatoirement être couplés à des moteurs diesel permettant la production d'énergie. Notons également que certains navires utilisent l'énergie provenant de moteur à gaz (Celebrity Constellation, Crown Princess, ou encore Brilliance of the sea), ou tout simplement l'énergie éolienne comme mode de propulsion (Sea Cloud, Star Clipper, ou Wind Spirit). Notons également que l'utilisation d'une propulsion électrique (pouvant être comparée au système des

voitures hybrides) permet, en plus de réduire la consommation de carburant et donc l'émission de polluants atmosphérique, de réduire l'espace consacré au moteur et de la sorte augmenter le nombre de passagers à bord mais elle permet également une diminution du bruit et des vibrations engendrées par le moteur.

- Dégradations environnementales et recherche de solutions

À travers le monde, on dénombre 109 pays possédant des récifs de corails. Ces écosystèmes, très sensibles, contiennent des réserves de faune et de flore impressionnantes mais surtout très vulnérables. Les navires de croisière n'aident pas à les maintenir en bon état. En effet, 90 de ces pays sont des destinations de l'industrie des croisières. Comme pour l'ensemble des transports maritimes, les navires de croisière sont parfois amené à mouiller au large des quais de ports d'escale et parfois au large de certaines îles. C'est cette méthode qui casse les coraux et abîme les biotopes des berges.

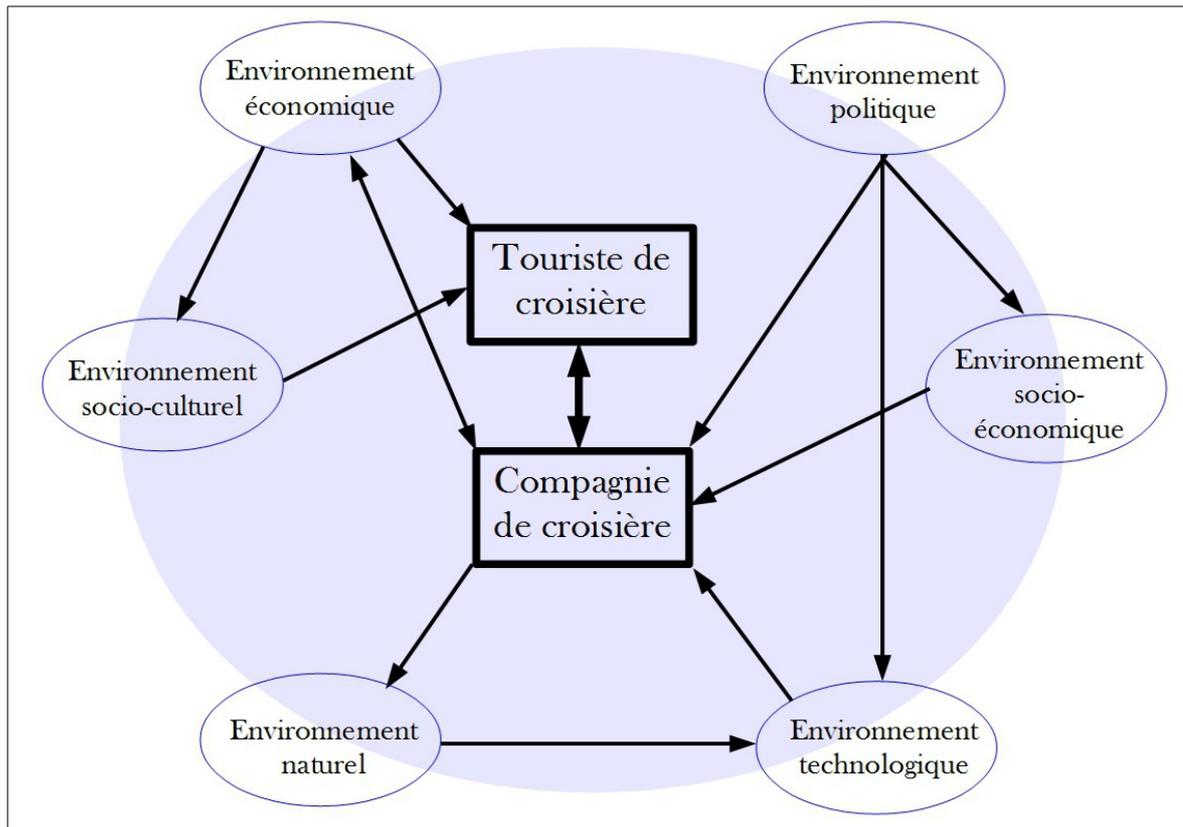
Certains proposent de varier les itinéraires afin de désengorger certains ports ou régions et de la sorte limiter la pollution. Cette méthode assez simple à mettre en place ne demande pas de trop gros investissements de la part des compagnies et permet de faire découvrir des itinéraires alternatifs aux circuits touristiques. Cependant, il est présagé que ces itinéraires finiront par attirer tout autant de passagers que les itinéraires habituels. (JOHNSON D., 2002).

De manière à redorer leur image, de plus en plus de compagnies mettent en place des projets de rénovation environnementale mais également des politiques de gestion de la pollution. Les navires accueillent maintenant un agent responsable de l'environnement. Celui-ci veillera à un bon tri et recyclage de déchets, à ce que les eaux soient correctement traitées avant d'être déversées dans les océans, ...

Enfin, les ports peuvent également mettre des politiques en œuvre afin de réduire l'impact environnemental de la croisière sur leurs littoraux. Ceci peut se faire simplement par des organismes collecteurs des déchets produits à bord à faible coût. En effet, si les prix de ramassage des déchets sont élevés, les compagnies vont alors privilégier l'incinération à bord qui leur sera moins coûteuse. De plus en plus de ports taxent également les navires émettant plus de particules de soufre que les quotas ne le permettent mais ceci n'est pas spécifique à la croisière.

#### V.4. Le système croisière

L'objectif de la deuxième partie de cette thèse était de comprendre le système croisière. Pour mener cet objectif à bien, plusieurs composantes ont été abordées de manière directe ou indirecte. Cependant, certaines peuvent tout autant concerner l'aspect économique que politique ou social. Nous tenterons alors ici de rassembler les composantes précédemment énoncées dans un seul schéma du système croisière.



**Figure 23 : Le système croisière**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2014.**

La figure 23 est basée sur l'approche systémique présentée en première partie de cette thèse. Le système se compose alors d'un sujet qui est le touriste de croisière, d'un objet qui est la compagnie de croisière et ses navires et de six composantes : la composante politico-réglementaire, la composante socio-économique, la composante technologique, la composante naturelle (ou environnementale), la composante socioculturelle, et enfin la composante économique. La composante sociale a en effet été divisée en deux sous-

composante, l'une touchant plus à l'aspect culturel et l'autre à l'aspect économique. La figure 23 met également en avant les relations existants entre ces différentes composantes qui ont été introduites auparavant dans ce chapitre.

La composante politico-réglementaire se compose des institutions telles que la CLIA mais également des conventions internationales présentées au point V.4. En effet les normes SOLAS, MLC et MARPOL vont conditionner les actions des compagnies de croisière (relation entre l'environnement politique et la compagnie de croisière) mais également d'autres composantes. La convention MLC va influencer l'organisation du travail et entre alors en interaction avec l'environnement socio-économique. Les normes MARPOL vont, elles, influencer l'environnement technologique en incitant le développement de technologies permettant le compactage et le recyclage des déchets mais également en permettant de réduire la consommation de carburant et de la sorte les émissions de gaz à effet de serre.

L'environnement socio-économique regroupe l'ensemble des acteurs travaillant au sein de l'activité de croisière. Ceux-ci peuvent être classés selon leur secteur d'activité comme présenté dans le graphe du jeu d'acteurs introduit dans le chapitre deux. On y note notamment les agents de voyage, les agents portuaires, la capitainerie, les officiers de bord, les agents de divertissement à bord, les autorités civiles et portuaires, ... Ces acteurs influencent l'environnement socio-économique en permettant, grâce à leurs salaires ou investissements, de faire tourner l'économie de la région. On peut également noter, pour le volet social, des associations de protection des acteurs telles que l'ITF, premier syndicat international des agents du transport, dont notamment du transport maritime. Notons qu'aucune relation directe n'a été indiquée entre l'environnement socio-économique et le touriste de croisière car les acteurs intervenant lors d'un séjour touristique de croisière entre en contact avec le touriste principalement grâce à la compagnie de croisières.

L'environnement technologique va contribuer au développement des compagnies de croisières. En effet l'apport de nouvelles technologies permet, par exemple, de diminuer le volume des moteurs à l'intérieur des navires et de cette manière d'augmenter la capacité pour les cabines et donc les rentrées financières pour les compagnies de croisière. Une des principales évolutions appliquées aux navires de croisière est la propulsion électrique dont un des plus récents aménagements est l'utilisation de pods qui permet de remplacer le binôme hélice-gouvernail. Dans le cas des navires de croisières, celui-ci contient un moteur

qui alimente une ou deux hélices. Électrique, il est alimenté par un générateur mis en route par un moteur diesel. Ce qui implique que les paquebots de croisière sont sous propulsion diesel-électrique. L'avantage du pod est qu'il peut changer d'orientation à 360° ce qui offre une meilleure maniabilité des navires. Les évolutions technologiques permettent également de développer les espaces intérieurs publics des navires en permettant la mise en place de piscine à vagues, de salles de spectacles digne des plus grandes villes, ...

Pour la composante naturelle, on observe que ce sont surtout les dégradations qu'ont les compagnies de croisière sur notre environnement naturel qui vont pousser les entreprises à développer de nouvelles technologies de propulsion ou de recyclage, d'où la relation entre l'environnement naturel et l'environnement technologique. Notons ici que le touriste a également un impact sur les zones naturelles mais que celui-ci est moins direct que pour celui des compagnies de croisière. Les principaux impacts environnementaux sont dus au rejet des déchets et à la pollution de l'air. On peut également observer, selon certaines régions, une pollution du fond des mers et des régions côtières, mais également la destruction des récifs de coraux. On peut aussi noter l'augmentation des risques sanitaires due à la vie en milieu confiné. Des chercheurs ont profité des croisières pour analyser la propagation de maladies ou d'infections par exemple.

L'environnement socioculturel est la composante qui va influencer l'image de la croisière auprès des passagers ou des passagers potentiels. L'analyse des questionnaires profanes a mis en avant l'importance de l'entourage social et de la publicité (médias, films, papiers) dans la construction d'une image de la croisière. On observe également que les compagnies de croisières ont un impact socioculturel sur les populations locales via par exemple une augmentation de revenu des populations locales, la saturation des installations urbaines et/ou des attractions touristiques due à l'afflux massif des croisiéristes, ...

Enfin, intervient l'environnement économique. Celui-ci va influencer directement le touriste dans le cas par exemple d'une crise financière limitant les possibilités de partir en vacances. On a en effet pu observer une baisse du nombre de passagers pour l'année 2012 suite à la crise financière européenne. Il va également influencer l'environnement socioculturel en agissant directement sur les pratiques de consommation comme les résultats de nos sondages l'ont montré concernant la nationalité du passager. Enfin, il va agir sur les compagnies de croisière en les conditionnant à mettre en place certaines stratégies de vente. C'est également l'environnement économique qui intervient lors de

l'utilisation des pavillons de complaisance. La flèche est ici présentée double car les compagnies de croisières peuvent être considérées comme un acteur économique à part entière.

## V.5. Conclusions

L'organisation sociale de la croisière est indispensable pour comprendre les enjeux du secteur et les impacts sociaux, économiques ou environnementaux. L'analyse du jeu d'acteurs met en avant les connexions entre ceux-ci mais également l'importance de certaines relations par rapport à d'autres. En effet, certains acteurs interviennent à plusieurs étapes du séjour touristique. Ce volet social du système croisière permet de rendre compte de la multitude des acteurs mais également des contraintes qui pèsent sur ceux-ci.

L'usage des pavillons de complaisance va fortement influencer les acteurs travaillant à bord des navires de croisières. En effet, ils déterminent les conditions de travail à bord selon le poste occupé. Tous les individus ne seront alors pas prêts à subir ces conditions de vie. Un travailleur à bord du Costa Concordia, par exemple, travaillait près de 65 heures par semaine sans jour de repos. Les seuls quotas horaires minimaux étant fixés concernent les officiers de marine et nullement les personnels de restauration ou d'entretien. Dès lors, on peut observer une ségrégation raciale des travailleurs. De plus, les conditions de vie à bord ne sont pas des plus agréables. Les cabines pour les membres d'équipages ne valent pas les cabines des passagers, elles sont en effet beaucoup plus petites. Cette réglementation va également influencer les méthodes de recrutement et donc la structure des maisons mères des différentes compagnies.

Ensuite, les réglementations internationales telle que la norme SOLAS vont soumettre les constructeurs à d'énormes contraintes dans l'élaboration ou la rénovation des paquebots de croisières. De manière à ce que les passagers jouissent au maximum de leur séjour à bord, tout ce qui pourrait leur rappeler les risques de voyager à bord d'un navire est en quelque sorte camouflé. Jean-Claude Lescure nous dit : « *Ceux-ci ne se rendent compte de rien, ne veulent rien en savoir, à peine de gâcher leurs voyages et leurs souvenirs, ils sont simplement sensibilisés, le temps d'une photo lors du départ en mer, par une répétition des règles d'évacuation. Ils enfilent leurs gilets de sauvetage, suivent les*

*coursives pour rejoindre les points de rassemblement, soufflent dans leurs sifflets, tentent de comprendre le fonctionnement de la lampe de secours fixée sur le gilet, sans croire que l'accident soit possible et que l'exercice soit autre chose qu'un jeu. » (LESCURE J-C., 2011).*





## **Chapitre VI**

# **LA CROISIÈRE ET SON ANCRAGE SPATIAL**

### **VI.1. Introduction**

Mobile par nature, la croisière est libre de s'étendre géographiquement. Dans le but d'accroître la clientèle, les compagnies tentent de diversifier leur offre et donc, de la sorte, de diversifier les destinations proposées. Ce fait implique que les navires ne restent plus dans un bassin donné mais voyagent à travers les océans. L'objectif de ce chapitre est de comprendre l'étendue géographique et l'ancrage spatial de la croisière. Pour ce faire, il sera divisé en deux sections principales : une concernant la saisonnalité et l'autre concernant la complémentarité des bassins.

La première partie de ce chapitre va analyser le phénomène de saisonnalité sur la base de la répartition géographique de la flotte mondiale de navires de croisière mois par mois selon les différents bassins de croisière. Grâce à une comparaison de ces données entre 1990 et 2010, il sera permis de mieux comprendre les changements de saisons des différents bassins mondiaux mais également la prédominance de certains bassins sur d'autres.

Ensuite, la seconde partie se concentrera sur l'agencement géographique mondial du secteur via la cartographie de quelques itinéraires standards de paquebots de croisière de différentes compagnies. Ceux-ci permettront de mettre en avant le phénomène de repositionnement des navires selon les saisons et de la sorte la complémentarité entre les bassins au fil des saisons.

## **VI.2. Changements de saisonnalité de la croisière**

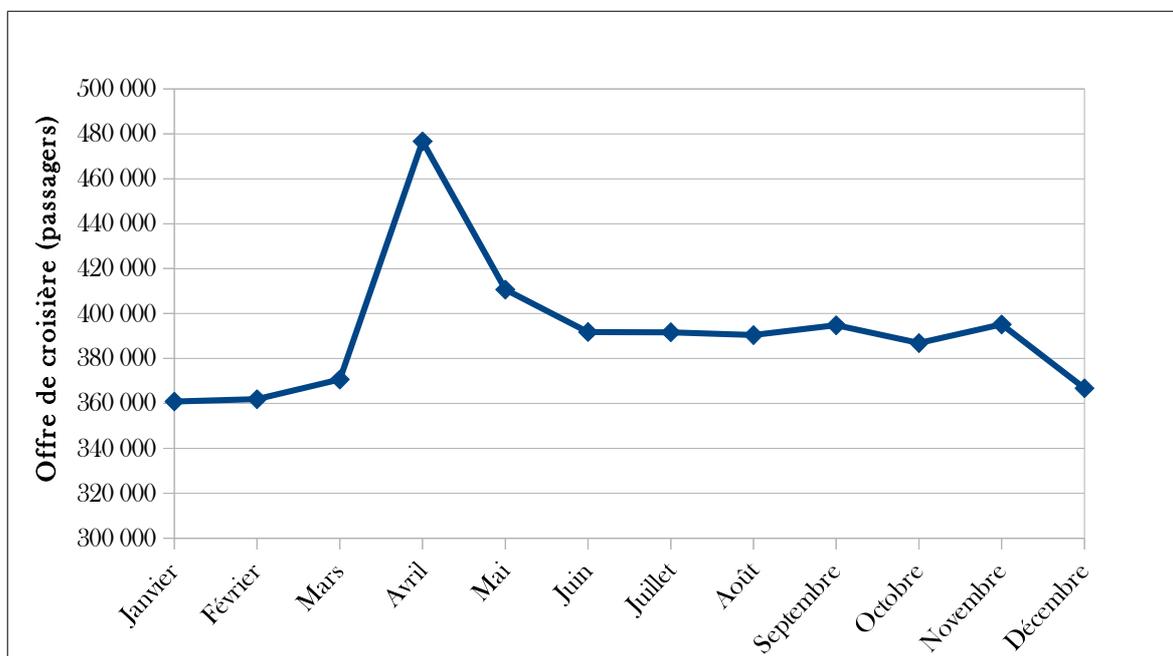
Comme tout secteur touristique, la croisière est soumise aux aléas climatiques et aux vacances scolaires. Cependant, un affaiblissement de cette contrainte s'observe au fil des ans. Cette partie analysera le changement de saisonnalité de la croisière entre les années 1990 et aujourd'hui.

### **VI.2.1. La saisonnalité de la croisière**

La croisière, comme la majorité du secteur touristique, dépend des saisons. La première raison se pose à cause du climat, et la seconde est due aux périodes de congés scolaires. En effet, l'émergence du tourisme de masse s'est faite grâce au slogan des trois S : *Sea, Sand and Sun*. Les individus, pour leurs vacances, sont alors à la recherche de soleil et le rayonnement solaire journalier dépend bien sûr de la saison. Ensuite, l'école étant obligatoire, il n'est pas possible pour les familles de partir en dehors des vacances scolaires, or celles-ci sont également saisonnières. Les vacances d'été, les plus longues, sont comme le nom l'indique, durent la période estivale. Cependant, la saison haute n'est pas la même selon l'hémisphère.

De plus, la croisière est un mode de vacances encore peu vu de manière générale comme une option familiale. Elle est un peu moins soumise aux contraintes. C'est également un secteur touristique mondial à multiples destinations. Les deux figures suivantes nous présentent la répartition de la flotte mondiale de paquebots de croisière selon la région de navigation. Dix régions ont été répertoriées. Les itinéraires de séjour se font de manière générale au sein d'une seule région. Celles-ci sont l'Alaska, les côtes africaines (côtes ouest, sud, est et Océan Indien), l'Asie, l'Amérique du Sud et Antarctique, l'océan Pacifique, la côte est américaine (USA et Canada), l'Europe du Nord, la Méditerranée, l'Amérique centrale et les Caraïbes. Les figures nous indiquent donc, pour chacune de ces régions et par mois, le pourcentage de la flotte naviguant. Notons cependant que le nombre de navires n'est pas constant au fil des mois. Certains navires n'interviennent qu'en saison haute ou ne sont spécifiques qu'à un type de région. Par exemple, un navire partant pour un circuit en Antarctique n'aura pas les mêmes équipements qu'un navire réalisant son itinéraire dans la mer des Caraïbes. De plus, les itinéraires vers le Pôle Sud ne peuvent se faire toute l'année au vu des conditions

météorologiques et d'une possible prise dans les glaces. Dès lors, il est impossible que la flotte mondiale de croisière reste constante sur une année.



**Figure 24 : Offre en terme de capacité de la croisière en 2010**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014  
Sources : compilation personnelle d'après (WARD D., 2013)

La figure ci-dessus illustre que l'offre de croisière mondiale n'est pas constante au fil des mois. Durant la saison haute, la flotte mondiale de croisière peut transporter environ 30 000 passagers de plus. Cependant cette fluctuation peut se faire plus forte ou plus faible selon le bassin. Elle permet néanmoins de démontrer une certaine saisonnalité de la croisière.

Notons également que cette figure illustre la capacité de transport de passagers. Il est à préciser que des navires ne voyageant que ponctuellement dans des bassins de niche sont souvent beaucoup plus petits car ils transportent moins de 1000 passagers. La figure n'est alors pas une juste visualisation de la variation de l'offre mondiale annuelle de navires de croisière. Une fois ce fait connu, il est alors plus aisé de comprendre la différence entre saison estivale et hivernale.

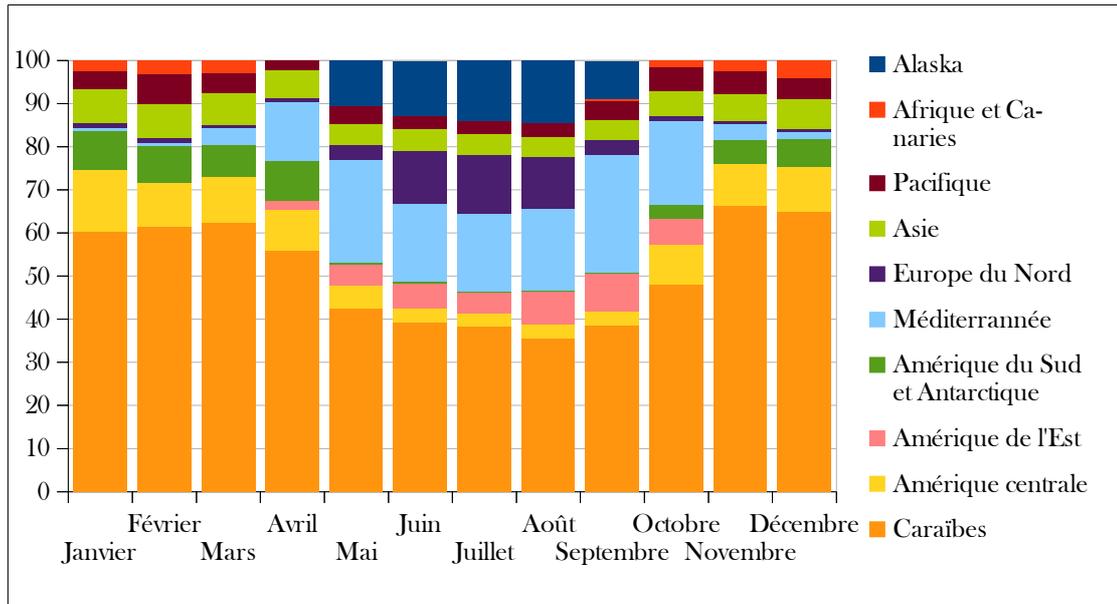
De manière à rester cohérent avec la zone d'étude approfondie dans cette thèse, les saisons citées seront celles de l'hémisphère nord. Dès lors, et par simplification pour

l'analyse qui suivra, l'hiver englobera les mois de janvier, février, et mars ; le printemps marque les mois d'avril, mai et juin ; l'été couvre les mois de juillet, août et septembre ; et enfin l'automne se base sur les mois d'octobre, novembre et décembre.

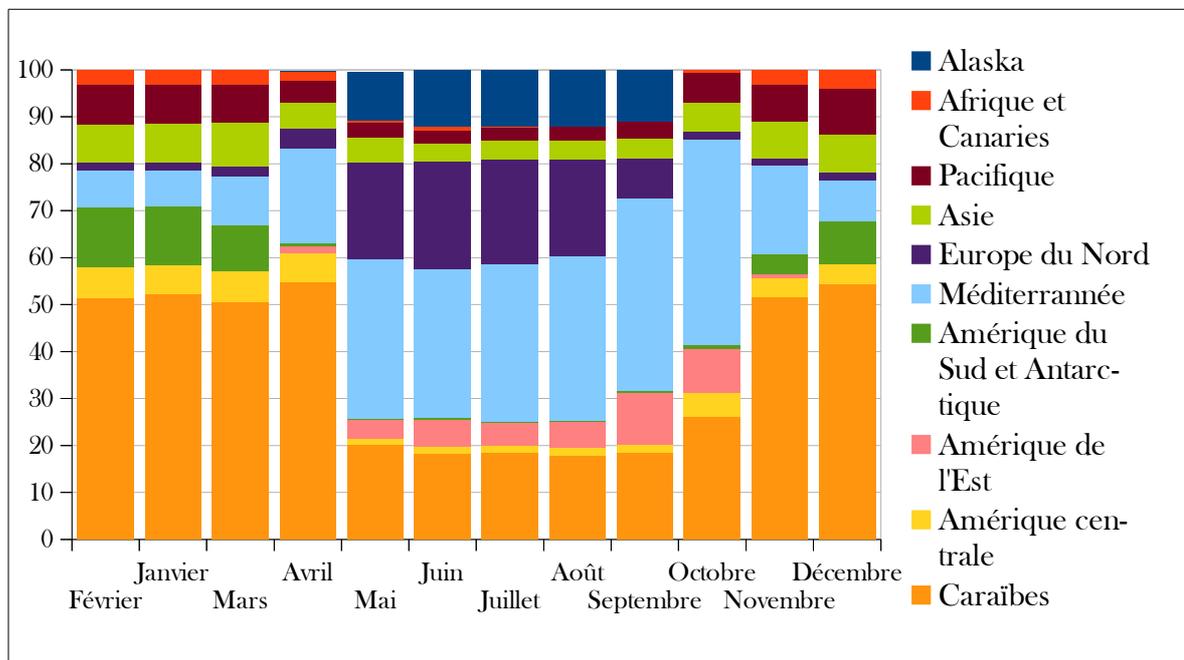
### **VI.2.2. L'élargissement des saisons : comparaison 1990 / 2010**

De manière à rendre compte fidèlement de l'élargissement des saisons au fil du temps nous analyserons la répartition de la flotte mondiale en 1990 et en 2010, puis nous les comparerons. Notons ici que cette analyse de l'élargissement des saisons a été présentée par Jacques Charlier en 1998 mais les données fournies ci-après et leur analyse sont de notre propre contribution. (CHARLIER J., ARNOLD P., 1998)

La figure 25 nous indique déjà quatre régions n'étant actives sur le marché que durant quelques mois, et non pas sur l'ensemble de l'année : l'Alaska, l'Amérique de l'Est, et les deux régions européennes. En effet, pour la navigation de croisière en Alaska, elle ne peut se faire qu'en saison haute, c'est-à-dire de mai à septembre. En dehors de ces mois, les températures ont tendance à être négatives et donc les eaux à geler. De plus, la visite de cette région se fait principalement pour pouvoir observer la faune locale (grizzlis, caribous, élans, ours polaires, aigles, grues et baleines à bosse), or, en hiver, celle-ci hiberne ou migre vers d'autres régions. L'analyse est plus ou moins similaire pour la côte Est américaine même si la saison froide est un petit peu plus courte car les températures moyennes remontent le plus souvent au-dessus de zéro à partir d'avril. L'Europe du Nord se caractérise par un climat plus doux défini comme océanique. Cependant, les mois d'hiver sont peu agréables avec une température moyenne de 1 °C mais surtout accompagnée de précipitations. La Méditerranée a un climat plus doux avec une moyenne de températures plus élevée mais surtout un été plus chaud. C'est également le berceau de nombreuses civilisations. Le climat apparaît alors moins comme un facteur prédominant à l'instauration de circuits de croisières. Les mois hivernaux connaissent cependant un taux quasi nul de navires. On constate que pour les autres régions la saison est moins marquée. Même si leur pourcentage de flotte est assez faible, on peut considérer que la région africaine et celle de l'Amérique du Sud suivent la logique inverse (au niveau saisonnier) des régions citées précédemment.



**Figure 25 : Répartition de l'offre mondiale de croisières en 1990**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.  
 Source des données : Compilation personnelle d'après (BROGEN K., 2011)



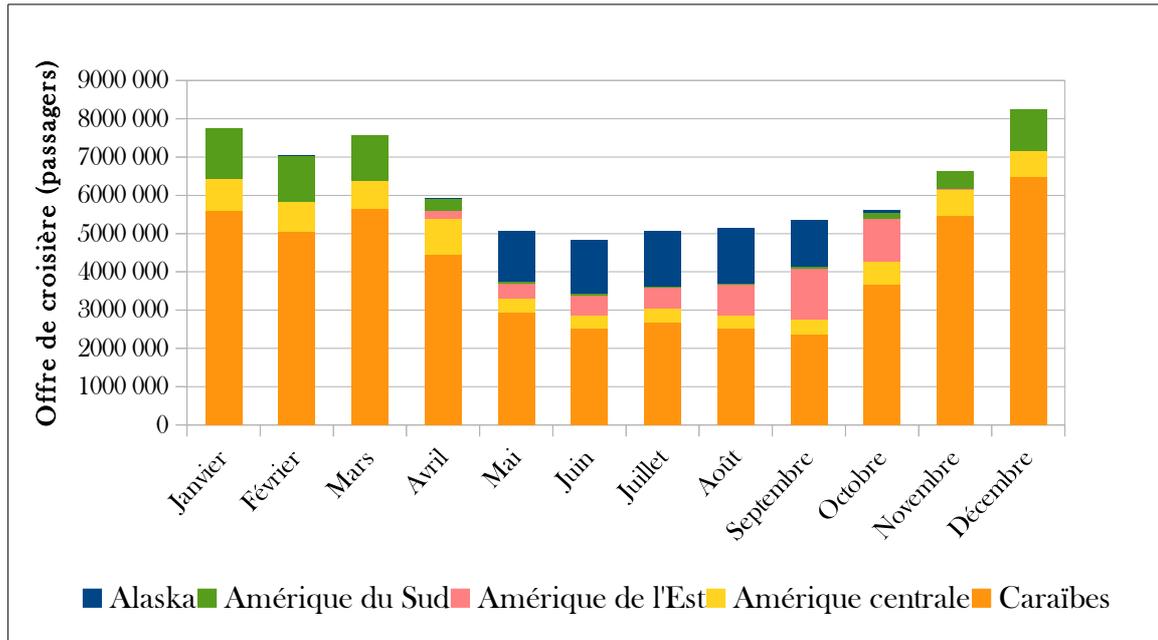
**Figure 26 : Répartition de l'offre mondiale de croisières en 2010**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.  
 Source des données : Compilation personnelle d'après (BROGEN K., 2011)

La figure 26 nous présente également des saisons bien définies pour les mêmes régions qu'en 1990. On constate cependant clairement que les régions européennes ont élargi leur saison haute. Auparavant, les navires effectuaient leurs circuits en Méditerranée entre mai et octobre avec un lancement significatif en avril. Vingt ans plus tard, la saison s'étale d'avril à octobre mais les navires restent présents les autres mois de l'année. Pour l'Europe du Nord, la saison passe des trois mois estivaux (juin, juillet, août) à une saison de quatre à cinq mois en naviguant en mai et en septembre. On peut même présager que la saison des croisières de cette région s'étendra prochainement également sur le mois d'avril. Pour les autres régions, la saison n'a pas augmenté ou diminué mais on constate que le pourcentage de la flotte peut avoir fortement changé en 20 ans.

La saisonnalité est donc un phénomène présent dans le secteur des croisières même si certaines régions y sont plus soumises que d'autres. On comprend également que le plus fort élargissement des saisons se fait pour les deux régions européennes répertoriées ici. Un questionnement reste cependant en suspens. La saison des croisières en Europe va-t-elle tendre à une uniformisation annuelle comme on peut l'observer pour la région des Caraïbes ? Il y a des chances que oui même si le climat européen ne peut pas être comparé au climat tropical. En contrepartie, des croisières plus thématiques se mettent en place comme celle promouvant les grandes villes d'Europe du Nord et leur marché de Noël.

De manière à rendre compte de manière statistiquement correcte de la saisonnalité de la croisière, il est apparu intéressant d'illustrer la capacité d'accueil de chacune des principales régions. Trois figures seront alors présentées. La première illustre la capacité en offre de croisière pour le continent américain. La deuxième illustre celle du continent européen, et la dernière le reste du monde.

La figure 27, en plus de démontrer la prédominance du bassin caribéen sur les autres, met en évidence un repositionnement infra-régional. En effet, durant le mois d'avril, on peut observer une augmentation de l'offre au sein des Caraïbes mais qui décroît fortement dès le mois suivant. Cette hausse peut donc être due à un repositionnement des navires provenant d'Amérique du Sud et/ou d'Amérique centrale vers l'Alaska, l'Amérique de l'Est, ou bien même vers d'autres régions non représentées sur le graphe.



**Figure 27 : Nombre de passagers en 2010 pour le continent américain**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014  
 Source des données : compilation personnelle d'après (BROGEN K., 2011)

La figure 28 illustre l'offre en terme de capacité de la croisière en Europe. On y observe, comme pour la comparaison 1990/2010, une forte baisse durant l'hiver due aux conditions climatiques peu propices au tourisme de croisière. Contrairement à la figure précédente, l'observation d'un repositionnement infra-régional est plus délicat à mettre en avant, mais l'offre ayant jusqu'à quadruplé pour la saison haute, il est aisé de supposer que les navires se repositionnent dans le bassin pour passer l'été. La figure 29 illustre les mêmes données pour le reste du monde. Leur mise en parallèle permet de supposer que les navires se trouvant en été dans les mers européennes vont migrer vers d'autres régions du monde pour la saison hivernale. Ce repositionnement des navires sera approfondi dans la partie suivante.

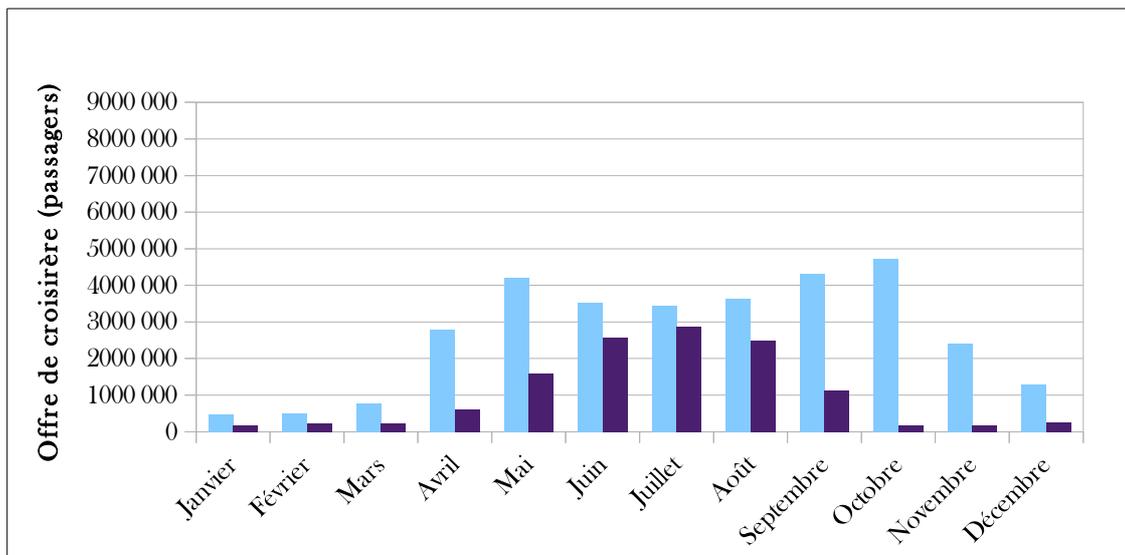


Figure 28 : Nombre de passagers en 2010 pour le continent européen  
 (Méditerranée en bleu, Europe du Nord en violet)  
 Réalisation : FURLANETTO G. , CIRTAI - IDEES, 2014  
 Source des données : Compilation personnelle d'après (BROGEN K., 2011)

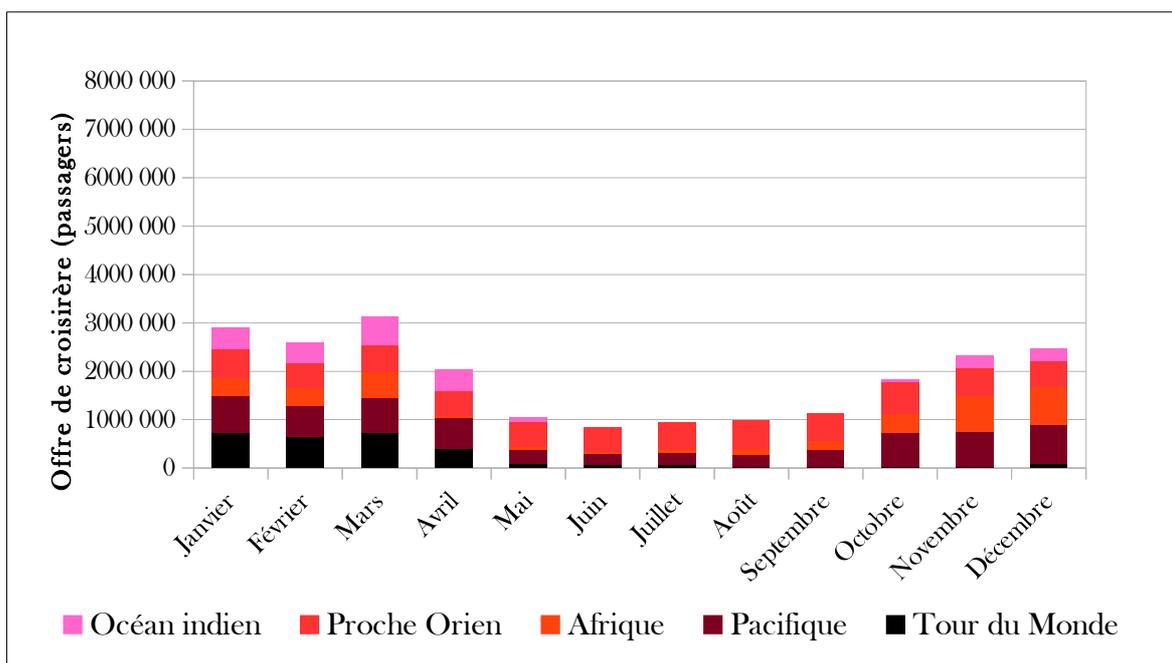


Figure 29 : Nombre de passagers en 2010 pour le reste du monde  
 Réalisation : FURLANETTO G. , CIRTAI - IDEES, 2014  
 Source des données : Compilation personnelle d'après (BROGEN K., 2011)

### **VI.3. La croisière : entre bassins régionaux et repositionnement**

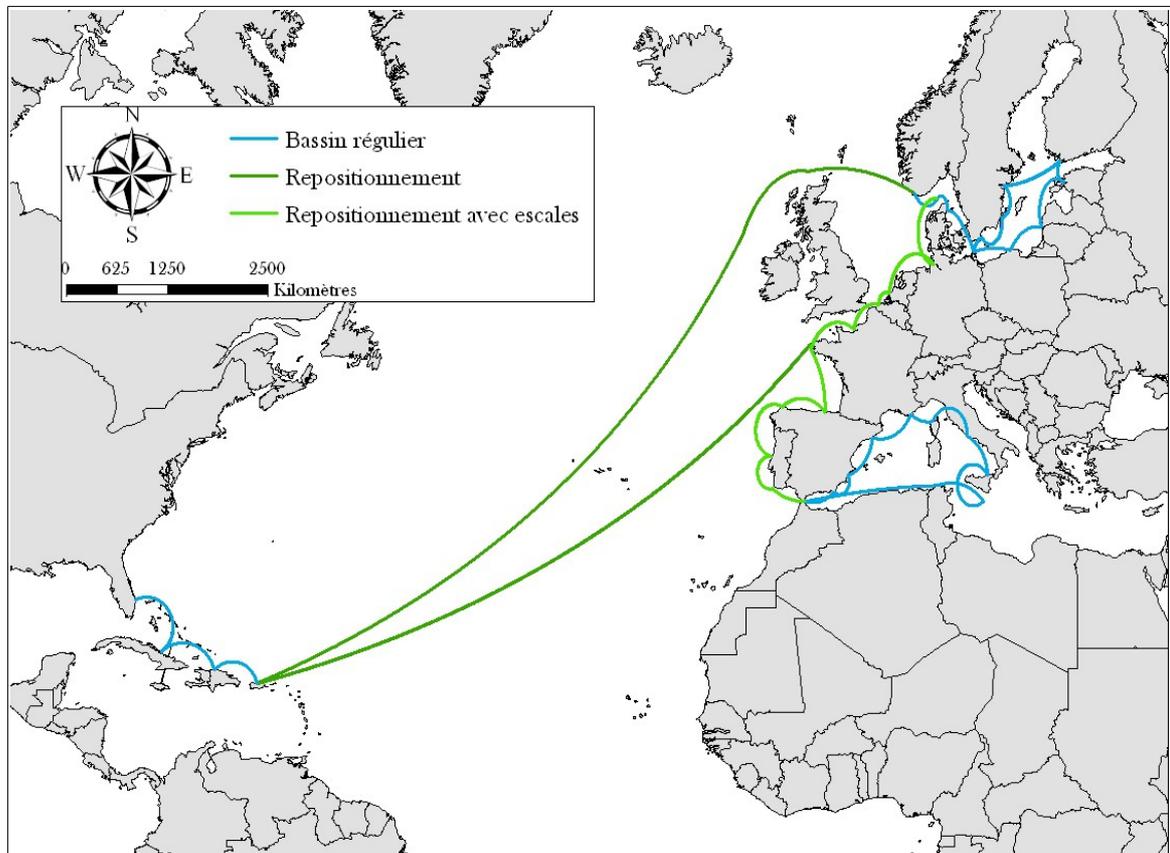
Comme abordé dans le point précédent, la croisière est sujette aux saisons mais parvient à contrecarrer ce problème en se développant sur plusieurs bassins régionaux en même temps. Ce point analysera les relations entre ces différents bassins en connexion avec les changements de saisons hautes et saisons basses.

La différence d'offre selon la saison ne peut se faire qu'au prix d'un repositionnement des navires entre les régions, principalement entre les Caraïbes et l'Europe. Cependant, les compagnies tentent de rentabiliser ce repositionnement en proposant des croisières transatlantiques, ou sur des circuits dans des régions avoisinantes, ou encore entre la région de départ et celle d'arrivée de ce repositionnement. Pour mieux comprendre la mondialisation de la croisière, nous avons répertorié différents itinéraires de bateaux donnés au cours d'une année complète. Plusieurs circuits de navires de plusieurs compagnies ont de la sorte été cartographiés.

On peut cependant y distinguer deux types précis de repositionnement. Les premiers sont d'ordre intra-régional et les seconds d'ordre inter-régional. En effet dans la première situation, les navires réalisent des croisières qui s'éloignent un peu des standards et passent par des endroits plus inhabituels tels que le canal de Panama, le détroit de Gibraltar, ... Dans la seconde situation, les navires effectuent plusieurs jours de suite en mer pour pouvoir passer d'un bassin de croisière à un autre. Ils vont alors traverser l'Atlantique, le Pacifique ou encore l'Océan Indien. (CHARLIER J., 2013)

Comme nous le savons déjà, le bassin originel de la croisière est celui des Caraïbes. L'accroissement de l'intérêt pour le secteur a permis de faire se développer d'autres bassins. Cependant, plusieurs de ces bassins, comme expliqué précédemment, sont soumis à des contraintes saisonnières. De manière à rentabiliser les investissements faits pour la construction des navires, les compagnies sont contraintes de faire naviguer leurs bateaux tout au long de l'année. Dès lors, une fois la saison haute finie, les navires sont repositionnés sur d'autres bassins. Ce repositionnement est alors promu auprès de la clientèle comme une croisière transocéanique, c'est-à-dire une croisière transatlantique dans l'esprit des grandes traversées des années 1920, ou des croisières plus spécifiques comme la traversée du canal de Suez, ou du canal de Panama. Ce sont également ces croisières qui permirent de voir le développement de cités portuaires en dehors des bassins

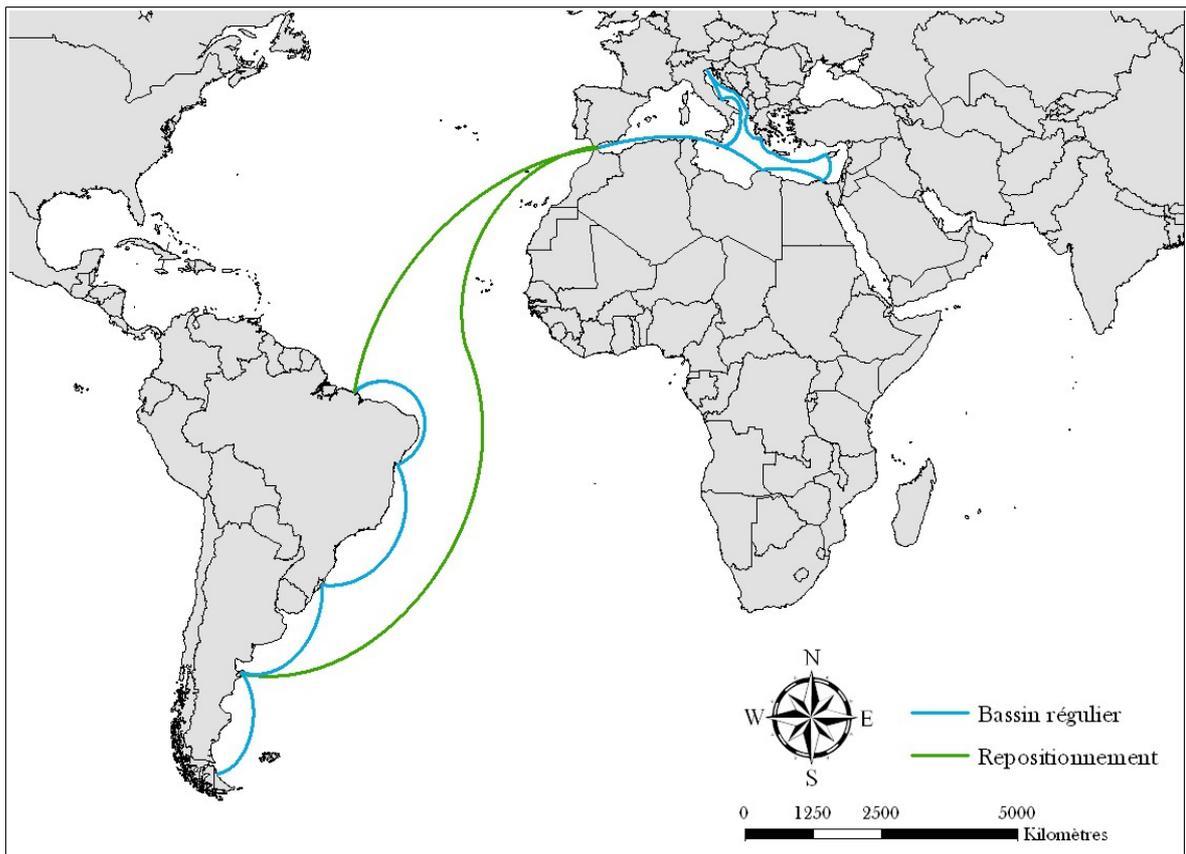
habituels, telles que Tenerife, Las Palmas (Canaries) ou Funchal (Madère) permettant une escale pour les navires venant d'Amérique du Sud et allant vers l'Europe.



**Figure 30 : Itinéraire annuel du Celebrity Constellation (Celebrity Cruise)  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014**

Le « *Celebrity Constellation* » navigue dans trois régions au cours de l'année. En janvier, février, mars, et avril, le bateau vogue dans la mer des Caraïbes. Début mai, il fait une croisière océanique lui permettant de rejoindre la mer Baltique jusque fin août. En septembre et début octobre, il redescend en Méditerranée. Mi-octobre, il navigue le long des côtes européennes pour repartir en séjour océanique entre novembre et décembre jusqu'à rejoindre les Caraïbes pour la fin d'année. Ce bateau effectue ces circuits dans les bassins principaux de croisière, à savoir : les Caraïbes, la Méditerranée, et l'Europe du Nord. Cependant, certains circuits, vendus comme un itinéraire donné auprès des croisiéristes, sont en fait des voyages de repositionnement du navire d'un bassin à un autre. L'itinéraire du *Celebrity Constellation* illustre les deux types de repositionnement existant.

Le repositionnement inter-régional s'observe ici par la traversée de l'Atlantique, celui intra-régional apparaît dans la transition entre les séjours en Mer Baltique et les séjours en Méditerranée. Cependant, il apparaît que dans le second cas, le repositionnement se fait avec différentes escales de manière à pouvoir embarquer des passagers et de la sorte rentabiliser l'ajustement de position du navire.

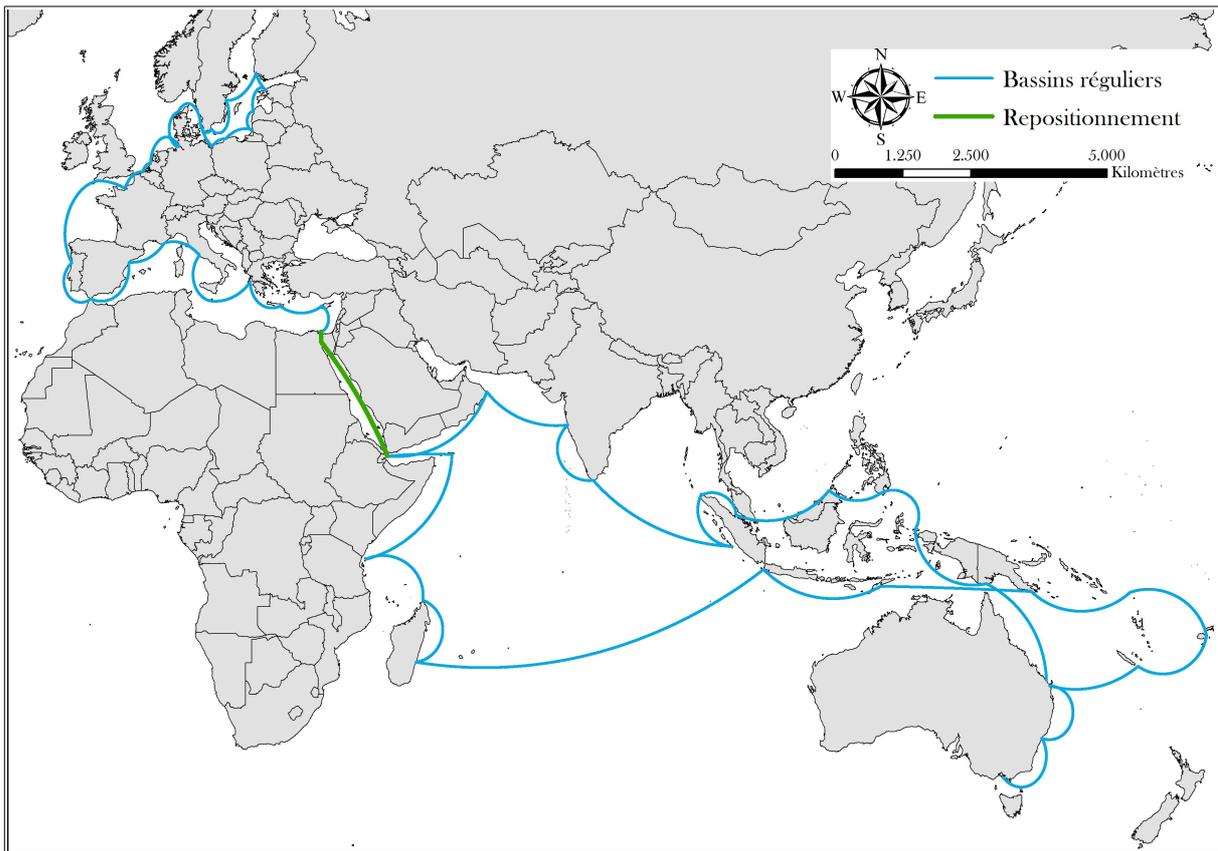


**Figure 31 : Itinéraire annuel du Costa Fascinosa (Costa Croisière)  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.**

Un autre navire, le Costa Fascinosa apparaît dans deux régions principales. Il navigue en janvier, février et mi-mars en Amérique du Sud. L'autre moitié du mois de mars, il réalise une croisière transocéanique lui permettant de rejoindre la mer Méditerranée où il restera jusque décembre en effectuant des circuits sur différents sous-bassins. Pour terminer l'année, il effectuera une nouvelle croisière océanique lui permettant de rejoindre l'Argentine et le reste de l'Amérique du Sud.

Dans ce cas ci, les repositionnements inter-régionaux du navire de la compagnie

Costa s'observent très facilement, il s'agit des traversées de l'Atlantique. Les repositionnements infra-régionaux sont moins facilement observables car la distance reliant les sous-bassins est beaucoup plus faible. En effet, le navire se repositionne au sein même de la Méditerranée. Il couvre tout d'abord la zone Est du bassin et se positionne ensuite sur les côtes de la Mer Adriatique.

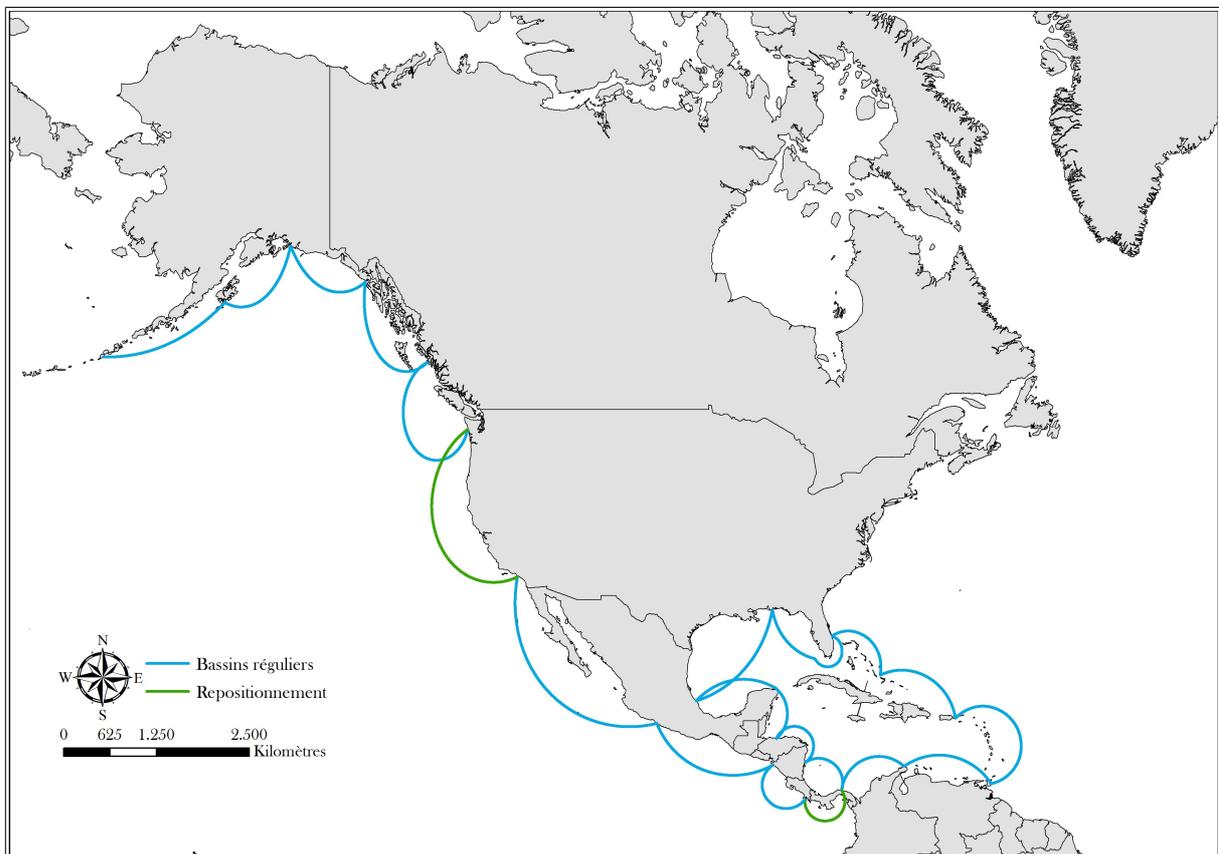


**Figure 32 : Itinéraire annuel du Costa NeoRomantica (Costa Croisière)  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.**

Ensuite le Costa NeoRomantica effectue un itinéraire différent. En janvier et février, le navire vogue au sein de l'Océanie. En mars, il quitte l'Océanie pour se rapprocher de l'Europe mais reste durant quelques semaines au sein de l'Océan Indien. Dès le mois d'avril, il remonte vers le nord en passant pendant un mois et demi en Méditerranée. Dès mi-mai, il fera des circuits en Europe du Nord, que ce soit au sein de la mer Baltique, de la mer du Nord, ou de la façade atlantique. Il redescendra mi-septembre en Méditerranée et passera le canal de Suez mi-octobre pour rejoindre l'Océan Indien. Il terminera l'année en

Asie du Sud-Est.

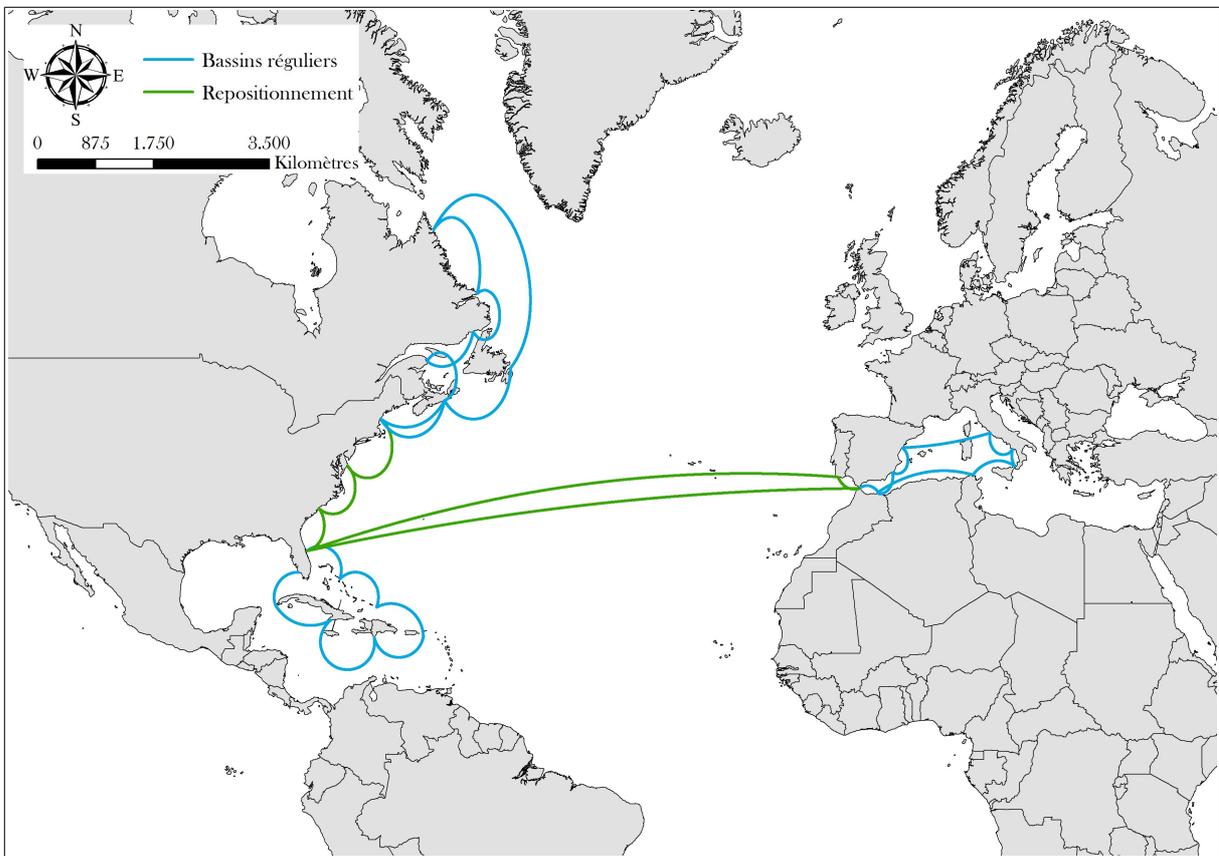
Comme dans le cas de la figure précédente, le repositionnement est plus délicat à discerner. Le seul clairement identifiable s'effectue entre la Méditerranée et l'Océan Indien via le passage du canal de Suez. En dehors de celui-ci, plusieurs zones de navigation peuvent être distinguées. Dans l'ordre chronologique, on répertorie : l'Australie, les îles d'Océanie, l'Océan Indien, la Méditerranée, l'Europe du Nord, la Scandinavie, et l'Asie du Sud-Est. Notons que certains de ces bassins pourraient être considérés comme des circuits de repositionnement. Sur la figure 32, on peut par exemple citer le trajet le long des côtes indiennes et asiatiques comme un repositionnement du navire entre la Méditerranée et l'Australie.



**Figure 33 : Itinéraire annuel du Norwegian Jewel (Norwegian Cruise Line)  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2014.**

La figure 33 nous présente un itinéraire annuel exclusivement américain et très fortement soumis aux contraintes climatiques. En effet, les conditions météorologiques ne

permettant de rester toute l'année dans les eaux territoriales de l'Alaska, les navires sont obligés de combiner ce bassin avec d'autres pour rester en service toute l'année. Dans le cas du Norwegian Jewel de la NCL, le bateau reste d'octobre à mi-avril dans la mer des Caraïbes et le Golfe du Mexique. Il traverse ensuite le canal de Panama pour se repositionner sur la côte Ouest du continent nord-américain. Il remonte ensuite les côtes mexicaines et américaines pour rejoindre Seattle. Cette portion de l'itinéraire annuel peut être considéré comme un repositionnement avec escale comme présenté pour le Celebrity Constellation, d'où la couleur verte sur la carte. Seattle devient alors le point de départ pour les croisières en Alaska allant de mi-mai jusque début septembre.



**Figure 34 : Itinéraire annuel du Maasdam (Holland America Line)  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.**

L'itinéraire annuel du Maasdam couvre trois sous-bassins de croisière sur deux régions principales de ce marché touristique. Le bateau passe les mois hivernaux (janvier à avril) dans la mer des Caraïbes (principalement la zone occidentale). Il remonte ensuite la

côte Est des États-Unis pour rejoindre Boston. Le port servira alors de port de départ (avec le port de Montréal) pour certains des itinéraires au Canada pour les quatre mois suivants. En octobre, le bateau redescend vers la Floride en longeant les côtes américaines. Ensuite, durant le mois de novembre, il traversera l'Atlantique, naviguera dans les eaux espagnoles et italiennes, puis retraversera l'océan pour rejoindre les Caraïbes pour le début du mois de janvier.

On observe donc trois repositionnements notables : entre les Caraïbes et les eaux canadiennes, le premier repositionnement transatlantique et le second.

#### **VI.4. Conclusions**

Ce chapitre nous a permis d'illustrer le fait que la croisière est une industrie touristique mobile, au contraire des hébergements en hôtels, et qu'elle peut dès lors s'adapter selon les conditions externes. En effet, par cette mobilité, elle va pouvoir fuir les extrêmes climatiques, qu'ils soient chauds ou froids. Elle peut également s'adapter aux variations de la demande en augmentant sa capacité dans telle ou telle région.

Ce chapitre a également permis de comprendre que même si la croisière tient ses origines d'un lieu donné, le bassin des Caraïbes, elle a su évoluer au fil des années et s'adapter à la globalisation de l'économie et du marché du tourisme en s'implantant en Europe, en Asie ou en Océanie. Elle reste cependant plus fortement présente dans les marchés proactifs, mais elle peut tout aussi facilement s'implanter ou se développer dans des marchés émergents tels que l'Australasie ou l'Amérique du Sud.

Sur la base de ces développements de nombreuses régions côtières du monde, il apparaît que c'est les ports qui doivent attirer les compagnies de croisières, qui, elles, ont l'embaras du choix quant aux destinations d'escale. Ce sont donc les villes d'escale qui doivent s'associer pour promouvoir leur région et y développer des incitations pour attirer les navires de croisières.

**La croisière est donc un secteur touristique doublement mobile.** Elle est mobile à l'échelle du passager en permettant d'associer voyage et hébergements de port en port durant un circuit précis. Mais elle apparaît également mobile entre les différents itinéraires et donc à une échelle mondiale en positionnant les navires dans les bassins mondiaux selon les saisons mais également selon la demande.





## CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE

L'objectif de cette partie était de présenter une version du système croisière actuel. Pour atteindre ce but, trois chapitres distincts ont été présentés de manière à aborder un maximum d'éléments constitutifs du système de la croisière construit.

Le premier chapitre nous a permis d'aborder l'image de la croisière perçue par des passagers en escales au Havre et par des individus n'ayant jamais effectué de croisière maritime. Sur base de ces questionnaires, il fut possible de confronter les images véhiculées par la littérature spécialisée (académique ou professionnelle) avec les images des individus lambda. Un élément fut clairement mis en évidence : l'image perçue par les individus est très fortement conditionnée par les méthodes publicitaires et de marketing des compagnies de croisières. On observe également que ces stratégies de marketing s'adaptent au profil de clientèle ciblée. Il est également apparu que les consommateurs de produits croisière, comme le produit en lui-même, peuvent se positionner dans un cycle de vie du produit touristique selon le pays dont ils sont originaires. L'image de la croisière reste donc en mouvement perpétuel.

Le deuxième chapitre abordait l'organisation sociale de la croisière. Il fut construit en trois sections. La première section présenta les différents acteurs intervenant au sein du secteur et les relations pouvant exister entre ceux-ci. Elle permit de comprendre que certains acteurs jouent un rôle plus important que d'autres mais surtout qu'ils peuvent se classer selon le rôle qu'ils jouent au sein de l'industrie ou selon le moment auquel ils interviennent. Cette section a été conclue par un graphe rassemblant l'ensemble de ces acteurs en présentant les relations entre les acteurs centraux, touriste et compagnie de croisière, et les autres acteurs. La deuxième section présenta quelques-unes des contraintes auxquels sont soumis les acteurs du secteur des croisières. La problématique des pavillons de complaisance fut présentée comme une contrainte économique agissant sur le

recrutement du personnel de bord. Les réglementations internationales telles que les normes SOLAS, MLC ou MARPOL furent présentées comme des contraintes législatives agissant sur quasiment l'ensemble du système d'acteurs. Enfin la problématique de la gestion des déchets permit d'aborder une des contraintes environnementales agissant dans l'environnement naturel du système croisière et permettant de faire le lien avec la troisième et dernière section de ce chapitre. En effet, celle-ci présente le système complet de la croisière en plaçant compagnie de croisière et touriste au centre d'un système regroupant des environnements économiques, politiques, socioculturels, naturels, socio-économiques et technologiques. Les différents environnements interagissent entre eux ou avec les deux éléments centraux et permettent alors de présenter une vue globale des facteurs agissant dans l'industrie de la croisière.

Enfin, il convient de noter que ce système croisière s'intègre dans un ensemble spatial. Le troisième chapitre de cette thèse visait justement à présenter cet ancrage spatial via le phénomène de saisonnalité et de repositionnement de la croisière à travers les différents bassins mondiaux. Via l'analyse de la capacité de croisière par mois selon les différents bassins de croisière, nous avons pu rendre compte de l'élargissement de la saison. Elle permet également de rendre compte de la prédominance de certains bassins sur d'autres comme par exemple la croissance en nombre de navires et en durée de la saison haute du bassin Méditerranéen. Dans un second temps nous avons rendu compte de la complémentarité des bassins grâce à la cartographie d'itinéraires de certains navires de croisières.

La suite de cette thèse approfondira l'ancrage spatial de la croisière en prenant pour cas d'étude certains ports de la rangée nord-européenne, dans l'objectif de proposer un modèle du port de croisière en tenant compte de l'ensemble des composantes du système.





## **TROISIÈME PARTIE**

### **LE PORT DE CROISIÈRE, UN ENJEU URBAIN**



## **INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE**

La croisière impacte les villes portuaires qu'elles visitent, c'est un fait indéniable. Elle apporte de nombreux touristes, parfois saturant les attractions touristiques ou le centre-ville, elle engendre des retombées économiques grâce aux dépenses des passagers, des membres d'équipage, mais également grâce à l'emploi qu'elle génère. Mais elle affecte également le paysage urbain et notamment les interfaces entre villes et ports en introduisant le tourisme au sein même des espaces portuaires. L'objectif de cette partie est de comprendre la place qu'occupe la croisière au sein du port et de la ville. Pour arriver à cette fin, un modèle de la ville de croisière sera composé grâce au cheminement posé par les trois chapitres de cette dernière partie de thèse.

Le chapitre VII a pour objectif de développer le contexte et la méthodologie dans lequel s'ancre notre étude, et donc de mieux comprendre la place qu'occupe la croisière au sein des ports sélectionnés. Il introduira notamment le concept de rangée portuaire et celui d'hinterland et présentera les données relatives au nombre de passagers de croisières, e transport, ...

Le chapitre VIII analyse, ville par ville, l'agencement spatial urbain et portuaire de manière à comprendre comment la croisière s'y intègre via l'élaboration de cartes originales, d'illustrations photographiques, et par après de schématisations. Les cartes des villes proposées sont construites sur base des données de terrain dont la méthodologie est présentée dans le chapitre VII. Ce chapitre introduit également les modes de gestion portuaire et comment la croisière s'y intègre ou s'en distingue ;

Enfin, le chapitre IX introduit d'abord les différentes composantes de la ville de croisière construites sur base d'une comparaison entre les schématisations des villes portuaires de notre étude. Ensuite, un modèle global de la ville de croisière est présenté. Il en découlera plusieurs pistes de réflexions. Pour boucler ce chapitre, les orientations et potentialités de développement de la croisière au Havre seront présentées et mises en parallèle avec les pistes de réflexion abordées juste auparavant.



## **Chapitre VII**

# **LE PORT ET L'ACTIVITÉ CROISIÈRE**

### **VII.1. Introduction**

Le port est un avant tout un ensemble d'infrastructures situé sur un littoral, les berges d'un lac ou encore celles d'un cours d'eau. Le port remplit plusieurs fonctions. Il abrite les navires des conditions météorologiques océaniques, il permet le chargement et le déchargement de passagers et/ou de marchandises, mais est également la porte d'accès vers un arrière pays non navigable pour les bateaux amarrés dans l'enceinte portuaire (du moins pour les plus gros navires). Le port et la ville portuaire sont souvent vus comme le berceau d'échanges de connaissances, de mélange de communautés. Ils sont depuis longtemps de bons révélateurs de l'économie mondiale. D'un autre côté, le port est souvent associé à une image assez négative, il est signe de pauvreté, de crimes ou de maladies, et également de pollution. C'est un lieu parfois vu comme déshumanisé car il utilise de plus en plus de machines et de moins en moins de dockers ou de manutentionnaires. L'objectif de ce chapitre va donc être de comprendre le contexte de l'implantation portuaire et surtout la place qu'y occupe la croisière. Il comporte trois sections distinctes.

La première section vise à présenter les choix méthodologiques et de terrain utilisés pour parvenir au modèle du port de croisière développé dans les chapitres suivants. Elle va aborder le concept de rangée portuaire via la définition de notre zone d'étude. Elle explique également la méthodologie de terrain mise en place dans chacun des ports étudiés.

La deuxième section présente l'activité portuaire et la place de la croisière dans notre zone d'étude en mettant en place une comparaison entre les trafics de passagers et les trafics de marchandises.

La troisième section présente le contexte de la région d'étude (dans notre cas la rangée nord-européenne) en deux étapes. Tout d'abord, les données relatives au secteur des croisières seront présentées pour l'ensemble de la rangée. Ensuite, nous présenterons les données contextuelles relatives à l'hinterland de cette rangée.

## VII.2. Méthodologie de terrain

Cette section présentera d'abord le choix des ports d'étude et les raisons qui ont conduit à ce choix. Elle abordera ensuite la méthode de terrain de manière rigoureuse et précise.

### VII.2.1. Le choix des ports d'étude

Sur base de l'étude du port du Havre, il est apparu essentiel de trouver des ports ayant un minimum de caractéristiques communes, de manière à pouvoir établir une comparaison logique des modèles portuaires. Deux méthodes s'avéraient alors possible : la première était de sélectionner des ports ayant une capacité d'accueil de passagers équivalente. Choisir une année de référence s'est avéré délicat car le nombre de passagers en escale est en changement constant et donc le classement des ports selon leur nombre de passagers peut fortement fluctuer d'une année à l'autre. La seconde méthode fut alors de sélectionner des ports aux caractéristiques globales similaires. Notre choix s'est alors porté sur des ports faisant partie de la même unité géographique que celle du Havre. Cette configuration est définie sous le terme de rangée portuaire ou façade maritime.

- Le choix de la rangée portuaire

La rangée portuaire est définie par André Vigarié comme une unité régionale de base du système portuaire, rassemblant des ports réunissant certaines conditions telles qu'un hinterland commun, une insertion dans un réseau de lignes maritimes communes ou encore une harmonisation de certains régimes tarifaires. Concrètement, ces ports s'observent par un alignement sur le même littoral en assurant l'interface entre une même mer et un espace continental homogène (VIGARIE A., 1979).

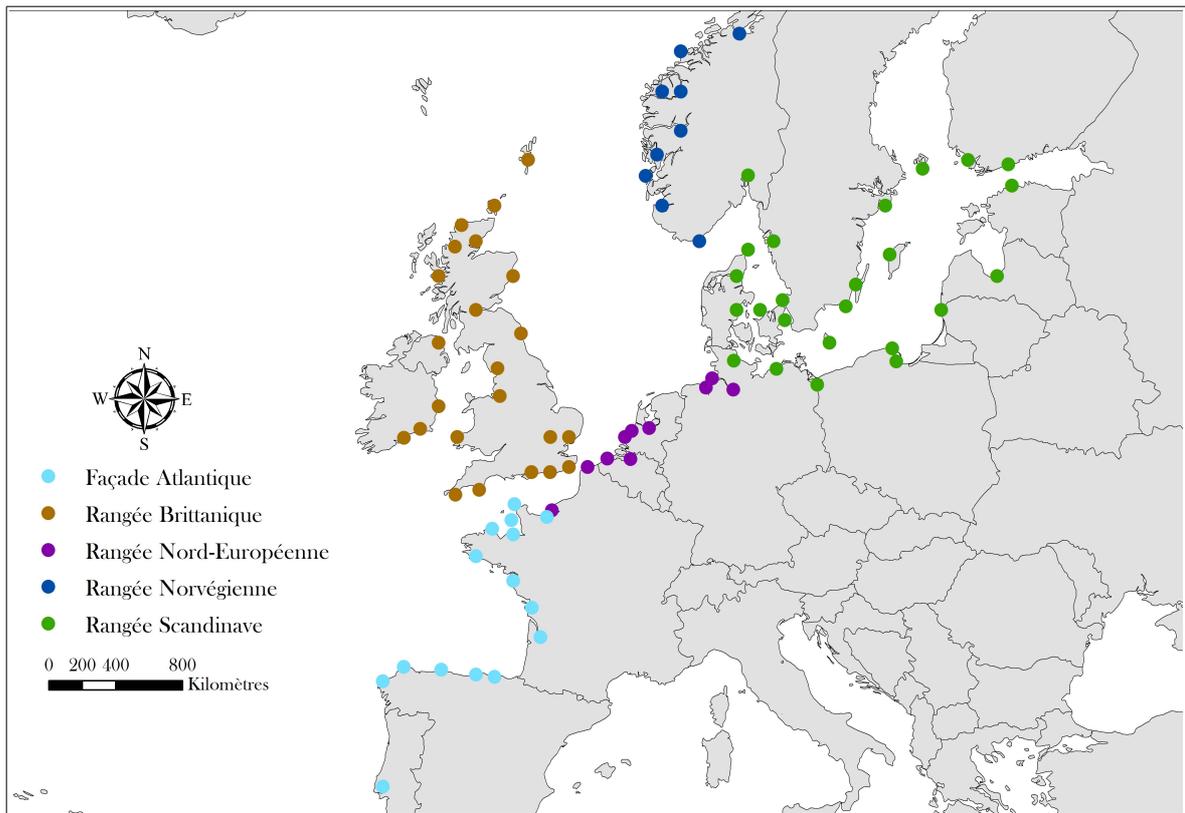
La rangée portuaire comporte trois dimensions principales. La première est dite spatiale car les ports se regroupent sur un segment de littoral avec un hinterland commun, c'est-à-dire un espace continental commun qui va collecter et distribuer les marchandises. C'est la pluralité des ports sur un espace donné et leur coordination qui va permettre la création d'une région homogène. La deuxième dimension est fonctionnelle. En effet, dans ce système, la rangée (de même que la région attenante) est ouverte sur l'extérieur grâce aux échanges internationaux mais elle forme également un espace cohérent et continu par

les relations d'interdépendance entre les ports et les stratégies d'adaptation à la concurrence extérieure. Les ports assurent donc une fonction commerciale entre les pays dans lesquels ils sont implantés et l'international. La troisième dimension est organisationnelle. Les ports, en desservant un espace continental commun, se retrouvent en compétition les uns avec les autres. La région est alors polarisée autour d'une ville et/ou d'un port majeur mais est aussi encadrée par une politique commune aux ports, villes et acteurs en jeu. En parallèle à cette compétition, la rangée portuaire est un espace privilégié de « coopétition ». En effet, les acteurs en concurrence sur le même marché sont contraints de collaborer pour combattre la concurrence extérieure et mettent alors en place des stratégies dites « gagnant-gagnant » leur permettant de réaliser des économies d'échelle et de partager les risques.

La figure 35 nous présente les différentes rangées portuaires en Europe du Nord. Cinq rangées ont pu être définies. La rangée de la façade atlantique reprend les ports océaniques sur le continent, à savoir, les ports du Portugal, du nord de l'Espagne et de l'ouest de la France. La rangée britannique reprend les ports insulaires, c'est-à-dire l'ensemble des ports du Royaume-Uni et d'Irlande. Même si ces derniers ne sont pas sur la même mer, ils possèdent le même hinterland. La rangée norvégienne reprend les ports de la route vers le grand nord soit les ports norvégiens jusqu'au pôle nord (très peu de ports de marchandises aux hautes latitudes). La rangée scandinave rassemble les ports de la mer Baltique. À l'inverse des ports britanniques et irlandais, ceux-ci ont la même mer de desserte mais pas le même espace continental. Cependant, les relations maritimes entre les différents ports de cette région sont très développées et permettent de la sorte de créer un espace commun. Et enfin, la rangée qui nous concerne est la rangée nord-européenne. Elle rassemble les ports allant du Havre jusqu'à Hambourg soit les ports de Manche et Mer du Nord (VIGARIE A., 1979).

Il est important de noter que ces rangées sont construites sur base de l'activité principale des ports européens, à savoir le trafic de marchandises, que ce soit par conteneurs ou en vrac. Les différents ports de la rangée nord-européenne sont les ports du Havre, de Rouen, Boulogne-sur-mer, Calais et Dunkerque en France, d'Ostende, Zeebrugge, Gand, et Anvers en Belgique, de Flessingue, Terneuzen, Rotterdam, IJmuiden, Amsterdam et Delfzijl aux Pays-Bas, et enfin d'Emden, Wilhelmshaven, Bremerhaven, Brême, Cuxhaven et Hambourg en Allemagne. Notons que parmi ces ports, seuls certains sont d'une importance notoire pour le trafic de marchandises, mais également que seuls

certains d'entre eux seulement sont concernés par le marché de la croisière.



**Figure 35 : Les rangées portuaires en Europe du Nord**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014**  
**Sources : D'après (CHAPELON L., 2006)**

Il apparaît également opportun de noter ici que, aux raisons de aux caractéristiques physiques de la Mer du Nord et de ses marées, la plupart des ports ancestraux de la région se trouvent généralement en amont des estuaires, et non pas en contact direct avec la mer. En effet, un estuaire, étendue d'eau assez large, consistait une barrière géographique forte avant l'évolution des techniques de réalisation d'ouvrages d'art. En fond d'estuaire, le port, marquant la rupture de charge entre transport maritime et transport routier ou fluvial, se trouve à proximité de ponts permettant de connecter les deux rives et donc à un carrefour plus stratégique, permettant alors de limiter les coûts du transport terrestre. Les évolutions technologiques permirent de construire des ouvrages d'art plus en aval des fleuves. De plus, au XIX<sup>e</sup> siècle, les navires n'avaient pas la taille des bateaux actuels, ce qui leur permettait de remonter plus aisément le fleuve sans besoin de dragage ou autres travaux colossaux. Ces ports sont, aujourd'hui pour la plupart, couplés avec des ports

« exclusivement maritimes », plus récents. Tous ces avant-ports possèdent un accès navigable direct vers le port auquel ils sont couplés. Ces accès peuvent être naturels comme la Seine reliant Rouen au Havre ou la Weser entre Brême et Bremerhaven, ou artificiels tels que le canal de la Mer du Nord vers Amsterdam ou le canal Baudouin vers Bruges. Au sein de notre rangée d'étude, plusieurs binômes peuvent être observés.

Rouen, se trouvant à 120 kilomètres de la mer dans l'estuaire de la Seine, s'associe tout récemment au port du Havre, et au port de Paris, sous le nom d' HAROPA ou grand port maritime de l'axe Seine. Le groupement HAROPA est un groupement d'intérêt économique qui a pour objectif de faire de l'axe Seine un système logistique d'importance majeure en Europe. La vallée de la Seine est le premier marché de consommateurs de France, ce qui pousse le groupe à proposer une offre commerciale commune selon le type de marchandises à écouler. Cependant, même si ces trois ports se sont regroupés pour se promouvoir sur le plan international, ils ont chacun leur autorité propre et indépendante. Notons également ici que, contrairement aux autres binômes présentés, le port du Havre ne fut pas construit suite à une dégradation des conditions d'accès au port de Rouen, mais plutôt à l'envasement des ports de Honfleur et Harfleur à l'entrée de l'estuaire de la Seine. Ce dernier port est considéré comme l'avant-port de Rouen au X<sup>e</sup> siècle. Malheureusement, le port s'envase dès le XII<sup>e</sup> siècle mais parvient à gérer cet envasement jusqu'au XVI<sup>e</sup> siècle. C'est à partir de cette période que naît le port du Havre créé par François I<sup>er</sup> en 1517 (HAROPA, 2014).

Bruges, qui se situe en amont de l'embouchure de l'ancienne Zwin, bras de mer asséché, possède son propre avant-port : Zeebruges. Une connexion navigable fut mise en place entre la ville et Zeebruges dès la création du port en 1907 : le canal Baudouin. Bruges était dès le X<sup>e</sup> siècle une plaque tournante du commerce, principalement de vêtements, pour toute l'Europe. A partir du XIV<sup>e</sup> siècle, le port devient un hub entre l'Europe du Sud (France, Espagne, Italie) et l'Europe de la Mer du nord et de la Baltique pour toutes sortes de marchandises. Le début du XV<sup>e</sup> siècle marque le début de l'ensablement du Zwin (fleuve s'écoulant jadis à Bruges et aujourd'hui asséché) et, couplé à une croissance du commerce anglais, entraîne le déclin de la ville de Bruges qui restera une ville dormante jusqu'à XIX<sup>e</sup> siècle. En 1895, suite aux écrits d'un ingénieur en hydraulique sur la réalisation d'une communication directe entre Bruges et la mer, le gouvernement

belge décide la création d'un nouveau port maritime directement connecté à la ville flamande par canal. (Port of Zeebrugge, 2014)

Amsterdam est en étroite collaboration avec le port d' Ijmuiden grâce au canal de la Mer du nord permettant un accès maritime direct. Autrefois, le port d'Amsterdam se trouvait sur l' Ij, bras de mer du golf de Zuiderzee. S'asséchant progressivement depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, le gouvernement néerlandais décida de convertir une partie du golfe en polders permettant de la sorte d'augmenter la superficie habitable du pays. Avec l'accroissement de la taille des bateaux, les travaux de désensablement auraient coûté bien plus cher. En contre-partie, le canal de la Mer du nord fut creusé entre 1865 et 1876. D'une profondeur de 6,50 mètres et d'une largeur de 27 mètres en 1876, le canal fut agrandi plusieurs fois pour atteindre une profondeur de 15,50 mètres et une largeur de 170 mètres, ce depuis 1979.

Brême, sur la Weser, est associé avec Bremerhaven, localisé plus en aval du fleuve. Le port de Bremerhaven est né de l'achat de terres par les autorités de Brême suite à l'ensablement progressif de la Weser en 1827. Cependant deux villages existaient déjà à la confluence de la Geest et de la Weser aux XII<sup>e</sup> et XIII<sup>e</sup> siècle, l'un sur la rive nord de la Geest et l'autre sur la rive sud, ce dernier appartenant à l'époque au royaume de Hanovre. Les deux villages fusionnèrent en 1924 sous le nom de Wesermünde qui fut rebaptisée Bremerhaven en 1944.

Certains ports, même fluviaux, n'ont cependant pas développé d'avant-port maritime. Hambourg est à 100 kilomètres de la mer, mais l' Elbe, le fleuve s'écoulant dans la ville, possède un tirant d'eau suffisant pour que les navires accostent dans la cité hanséatique. Le port de Cuxhaven, développé à l'embouchure de l'estuaire n'est aucunement lié au port de Hambourg, vu qu'il s'agit d'un port implanté pour le commerce de la pêche dès 1885. Rotterdam se situe sur une des ramifications du delta Meuse-Rhin mais a développé ses infrastructures portuaires vers la mer. Anvers est à 80 kilomètres de l'embouchure de l'Escaut, à la frontière belgo-néerlandaise. L'aval de l'Escaut, à partir d'Anvers, se situe en territoire néerlandais et non plus belge. Le port ne peut donc étendre son territoire vers l'aval. Il est également limité par les autorités néerlandaises, responsables du dragage du fleuve, et donc limitant le tirant des navires entrant dans le port belge. Néanmoins, ces trois ports jouissent de la proximité de bassins de population leur ayant alors permis de se

développer malgré le fait qu'ils soient des ports de fond d'estuaire(LECOQUIERRE B., 1998).

- Le choix des ports au sein de la rangée nord-européenne

Sur l'ensemble de ces ports, seuls quelques-uns sont concernés par la croisière. Sur la base des données fournies par Klas Brogen dans ShipPax Magazine, nous avons sélectionné les ports de croisières de la rangée nord-européenne. Le tableau ci-dessous reprend ces données. Certains des ports cités auparavant ne s'y trouvent pas car les données croisières y sont inexistantes. Par contre, certains sont indiqués *sin data*. Dans ces cas-là il s'agit de ports où la croisière a été présente mais ne l'est plus en 2010 ou n'est pas répertoriée par l'auteur. Prenons l'exemple du cas de Rouen. L'organisme *Cruise Europe* indique que le port a eu une fréquentation de croisière de 15 537 passagers pour 37 escales en 2010. Ce qui implique que la capacité moyenne des navires en escale dans le port normand est inférieure à 500 passagers. Or, les autres ports de cette étude accueillent des navires avec une capacité moyenne bien supérieure. Il est alors délicat de placer les ports sur un même pied d'égalité. On observe que quatre ports ont un flux supérieur à 100 000 passagers : Hambourg, Amsterdam, Zeebruges et Le Havre. Viennent ensuite quatre ports avec un flux 10 000 et 100 000 passagers : Rotterdam, Ijmuiden, Bremerhaven, Anvers. Notons que le port d' Ijmuiden a connu une forte croissance depuis 2010.

Port	Passagers en 2013	Port	Passagers en 2013
Amsterdam	276 212	Hambourg	552 459
Anvers	11 620	Ijmuiden	67 457
Bremerhaven	66 481	Le Havre	246 231
Zeebruges	448 708	Rotterdam	72 000
Dunkerque	8 805	Ostende	9 216

**Tableau 11 : La croisière au sein de la rangée nord-européenne**  
Sources des données : (BROGEN K., 2011)

Notre étude se concentrera alors sur ces huit ports européens. Celle-ci s'effectuera grâce à

des visites de terrains, une récolte de données statistiques et un échange avec les responsables du développement de la croisière. Le point suivant développera la méthodologie utilisée durant ces terrains.

### ***VII.2.2. La méthode de terrain***

La méthode de terrain se présente en trois phases. Tout d'abord la préparation des terrains, ensuite l'encodage des données, et enfin le traitement et l'analyse des résultats. Cette dernière phase sera présentée dans les deux chapitres suivants.

- ***Préparation avant le terrain***

La première étape dans la préparation des terrains fut de rassembler des données statistiques relatives aux nombres de passagers et d'escales de croisière. Celles-ci seront présentées dans le point suivant.

La seconde étape consista alors à construire une fiche d'enquête de terrain. Plusieurs types d'informations devaient être récoltés. Elles ont été regroupées en cinq catégories distinctes. La première concerne les facteurs d'attractivité pour les compagnies de croisière via trois éléments : la diversité de l'offre d'excursions à terre pouvant être demandée auprès de l'office du tourisme, la présence/absence d'agences de voyage ou de tours-opérateurs, et le dispositif de sécurité. La deuxième catégorie concerne les facteurs important pour l'attractivité de la ville. Elle regroupe les informations relatives aux accès reliant le terminal au centre-ville (navettes, chemin pédestre, piste cyclable), les infrastructures au sein du terminal, les transports en commun accessibles à la sortie de celui-ci, et enfin la multifonctionnalité du terminal au sein de la ville. La troisième catégorie concerne le niveau de service relatif à l'accessibilité géographique de la ville et du terminal croisière au sein de la région d'accueil (accessibilité aérienne, maritime, ferroviaire, et routière). La quatrième catégorie se rapporte aux infrastructures techniques du port d'escale (nombre de quais, longueur de ceux-ci et tirant d'eau). Enfin, la dernière catégorie concerne l'aménagement urbain.

Certaines des informations des catégories précédemment citées pouvaient être récoltées sans se rendre sur place (infrastructures techniques et accessibilité par exemple). D'autres nécessitaient une observation précise et minutieuse. Les deux premières catégories pouvaient être complétées par une simple visite du terminal croisière et répertoriées à la

main. La dernière catégorie demandait un travail de préparation plus important. De manière à être rapide et efficace sur le terrain, un découpage de la ville portuaire en quatre ou six portions d'espace (selon la taille de la ville) a été effectué et des images satellites de ces portions d'espace utilisées. Elles serviront de base pour localiser les zones de commerces, d'attrait touristique mais également les réseaux de transports et autre éléments importants pour le croisiériste en escale. La fiche utilisée lors de ces terrains se trouve en annexe.

- Encodage des données

De retour des terrains, les données inscrites dans les fiches ont été encodées et les données positionnées sur les images satellites ont été digitalisées et cartographiées pour chacune des villes. Certaines données ont dû être confirmées via *openstreetmap*, notamment concernant le tracé exact des réseaux de transports en communs.

Les données digitalisées sont donc les réseaux de transports (train, tram, métro, bus), les attractions touristiques ponctuelles (églises, musées, attractions), les zones à vocation majoritairement commerciale (magasins, cafés, hôtels), les zones d'attrait culturel et touristique (bâtiments historiques, centre-ville, parc naturel ...), et les zones à vocation industrielle ou portuaire. Des éléments plus ponctuels tels que le terminal croisière, les gares ferroviaires et maritimes ont également été cartographiés. Des photos de ces éléments ont également été prises de manière à illustrer le choix des zones utilisées. Les zones non reprises dans les données digitalisées ont été considérées comme résidentielles.

### **VII.3. La place de la croisière au sein de l'activité portuaire**

Les ports ont toujours joué un rôle indispensable dans le développement des villes et des pays grâce à la mixité de culture, de commerces et de personnes qu'ils entraînent. Les villes portuaires ont toujours été des carrefours commerciaux nécessaires à l'économie des pays. Dans ce contexte, la croisière peut alors apparaître comme un secteur économique peu important. Les deux tableaux suivants vont présenter l'importance du trafic portuaire de chacun des ports de notre étude selon le type de trafic. Notons que la plupart des chiffres présentés ici le sont en tonnes, à l'exception du trafic de conteneurs. En effet, de manière à répondre aux normes internationales, celui-ci sera exprimé en EVP soit

l'Équivalent Vingt Pieds (ou TEU en anglais). Cette unité équivaut à un conteneur de 20 pieds et permet d'additionner les EVP, peu importe la masse des conteneurs en passage dans les ports.

Comme on pourrait s'en douter, le principal trafic des quatre premiers ports présentés ici est celui des conteneurs. En effet, ce caisson métallique a permis de normaliser le transport de marchandises depuis le milieu des années 1960 et de la sorte accroître l'import-export de marchandises à travers le monde. Il permet surtout de passer d'un mode de transport à l'autre et donc de s'intégrer directement dans le réseau de transport de l'hinterland. On observe ensuite une certaine spécialisation des ports de cette même rangée portuaire.

	<b>Le Havre</b>	<b>Zeebruges</b>	<b>Anvers</b>	<b>Rotterdam</b>
<b>Total</b>	67 172 000 T	42 832 000 T	190 850 000 T	440 464 000 T
<b>Conteneurs</b>	24 834 000 T 2 485 660 EVP	20 413 000 T 2 026 270 EVP	102 326 000 T 8 578 269 EVP	121 251 000 T 11 621 249 EVP
<b>Vracs liquides</b>	37 927 000T	6 916 000 T	59 494 000 T	537 917 000 T
<b>Vracs solides</b>	2 941 000 T	1 285 000 T	14 377 000 T	194 931 000 T
<b>Autres</b>	1 470 000 T	14 218 000 T	14 653 000 T	23 227 000 T
<b>Passagers</b>	756 709 Pa	713 152 Pa	39 179 Pa	72 000 Pa
<b>Dont croisière</b>	212 825 Pa	312 000 Pa	11 620 Pa	70 000 Pa

**Tableau 12 : L'activité portuaire des ports de la rangée nord-européenne - partie 1**  
 Source des données : (ESPO, 2013) et (American Association of Port Authorities, 2014)

Quand on observe les trafics au sein du port du Havre, en comparaison avec d'autres ports, on peut constater une certaine spécialisation de ce dernier dans le transport de vracs liquides, dont notamment des produits chimiques et pétroliers, entre-autre grâce au terminal d'Antifer situé entre Le Havre et Étretat. Le port tente néanmoins d'accroître son trafic de conteneurs grâce à la mise en place du bassin et des terminaux de Port 2000. On note également que le port français possède un flux de passagers de ferries plus important que son nombre de croisiéristes. Sur le total des passagers en transit dans le port

en un an, à peine un tiers de ceux-ci proviennent des navires de croisière. Le port du Havre a un lien maritime direct avec Portsmouth en Grande-Bretagne. Cette remarque s'applique également dans l'analyse des trafics du port de Zeebruges. Le port belge offre des liaisons directes avec les côtes sud-est de l'Angleterre. Il présente également une légère spécialisation pour le trafic de voitures, également appelé roll-on/roll-off ou roro non développé dans ce tableau. Le pays a en effet des relations historiques avec l'Afrique qui ont permis la mise en place d'un tel trafic.

Rotterdam apparaît comme le premier port de commerce de cette étude. Il est en effet l'un des plus grands ports européens et est notamment dans le top 10 mondial grâce à ses 12 426 hectares de terrains permettant l'implantation de nombreux terminaux multimodaux ou spécialisés. Le port assure 37 % des échanges de marchandises dans la rangée nord alors qu'Anvers, deuxième port européen, en assure 16 % et Hambourg, troisième port européen, en assure 11 %. Notons que le classement des plus grands ports mondiaux n'est pas une tâche aisée. De nombreuses méthodes de classification existent, représentant la diversité de l'activité économique portuaire, et les statistiques publiées le sont souvent par les ports eux-mêmes, et peuvent alors être sujet à critique. Cependant, les institutions internationales publient des classements sur une base commune : ils s'expriment en tonnage métrique et, dans le cas de classement de port de conteneurs, en EVP (TEU). Il reste cependant essentiel de marquer la différence entre un classement établi selon le volume ou un classement établi selon la valeur des biens échangés. Ce classement, combinant volume et valeur des trafics portuaires, est publié par l' *American Association of Port Authorities*. Notons qu'une liste de ports mondiaux ou européens selon le trafic de conteneurs uniquement n'aurait pas donné le même classement des ports.

En occupant la deuxième place européenne et la 17ème place mondiale, le port d'Anvers, malgré la concurrence de Rotterdam parvient à maintenir son trafic. Contrairement à un espace de développement conséquent comme pour le port de Rotterdam, le développement territorial du port d'Anvers est limité par les frontières du pays et le développement de la ville. Le port compense avec une bonne connectivité routière et ferroviaire permettant aux marchandises d'être expédiées vers l'Allemagne, la France, les Pays-Bas, le Luxembourg, ..

Le tableau 13 nous montre la prédominance d'Amsterdam pour le transport de vracs. Les statistiques concernant le port d'Ijmuiden en particulier sont difficiles à trouver

car les ports de la région d'Amsterdam sont rassemblés, vis-à-vis de l'international, sous l'égide de *Zeeland Ports* mais nous savons que le port maritime est spécialisé dans la sidérurgie.

Hambourg, déjà cité précédemment, est le troisième port européen, même si pour le trafic de conteneurs uniquement il se place en deuxième position. Le port présente aussi la particularité d'offrir des zones portuaires historiques intégrées au patrimoine historique et culturel telles que le marché au poisson ou le quartier des entrepôts nommés Speicherstadt. Sa croissance reste cependant limitée par le tirant d'eau de l'Elbe. On peut également noter que le port de Bremerhaven ne possède pas de ferries, les passagers en transit dans le port étant donc uniquement des passagers de croisière.

	<b>Ijmuiden</b>	<b>Amsterdam</b>	<b>Bremerhaven</b>	<b>Haubourg</b>
<b>Total</b>	17 658 000 T	78 534 000 T	78 768 000 T	139 050 000 T
<b>Conteneurs</b>	1 000 T	659 000 T 65 088 EVP	60 955 000 T 5 830 711 EVP	94 827 000 T 9 257 358 EVP
<b>Vracs liquides</b>		41 054 000 T	1 567 000 T	14 536 000 T
<b>Vracs solides</b>	13 957 000 T	33 744 000 T	8 033 000 T	27 756 000 T
<b>Autres</b>	3 700 000 T	3 077 000 T	7 916 000 T	1 931 000 T
<b>Passagers</b>		677 056 Pa	62 580 Pa	430 329 Pa
<b>Dont croisière</b>		355 274 Pa	62 580 Pa	

**Tableau 13: L'activité portuaire des ports de la rangée nord-européenne - partie 2**  
Sources : (ESPO, 2013), (American Association of Port Authorities, 2014)

On note donc que, de manière générale sur l'ensemble des ports de cette étude, la croisière occupe une place réduite au sein de l'activité portuaire globale. Il apparaît alors que la croisière s'apparente plus au secteur du tourisme qu'au secteur du transport maritime à proprement dit. Le transport maritime reste le mode de transport privilégié pour les marchandises, mais dans le cas du transport de passagers, le développement du secteur aérien a modifié complètement le système et ce dernier est devenu le transport international privilégié par les passagers. Hormis pour quelques lignes de ferries et la

croisière, le transport maritime de passagers n'est plus un secteur d'activité important du monde maritime. Dans cette optique, il sera utile, dans le chapitre suivant, de voir comment la croisière s'intègre spatialement au sein de la ville mais surtout du port.

#### VII.4. La rangée nord-européenne

De manière à pouvoir modéliser les relations et l'impact de la croisière sur une ville d'escale et son hinterland, il est important de se représenter les différents éléments pris en compte pour les ports étudiés.

##### VII.4.1. Les ports de croisière

Les ports de notre zone d'étude n'ont pas exactement la même importance pour le secteur de la croisière mais possèdent un hinterland commun. Ce point vise à présenter les principales données relatives à chacun des ports.

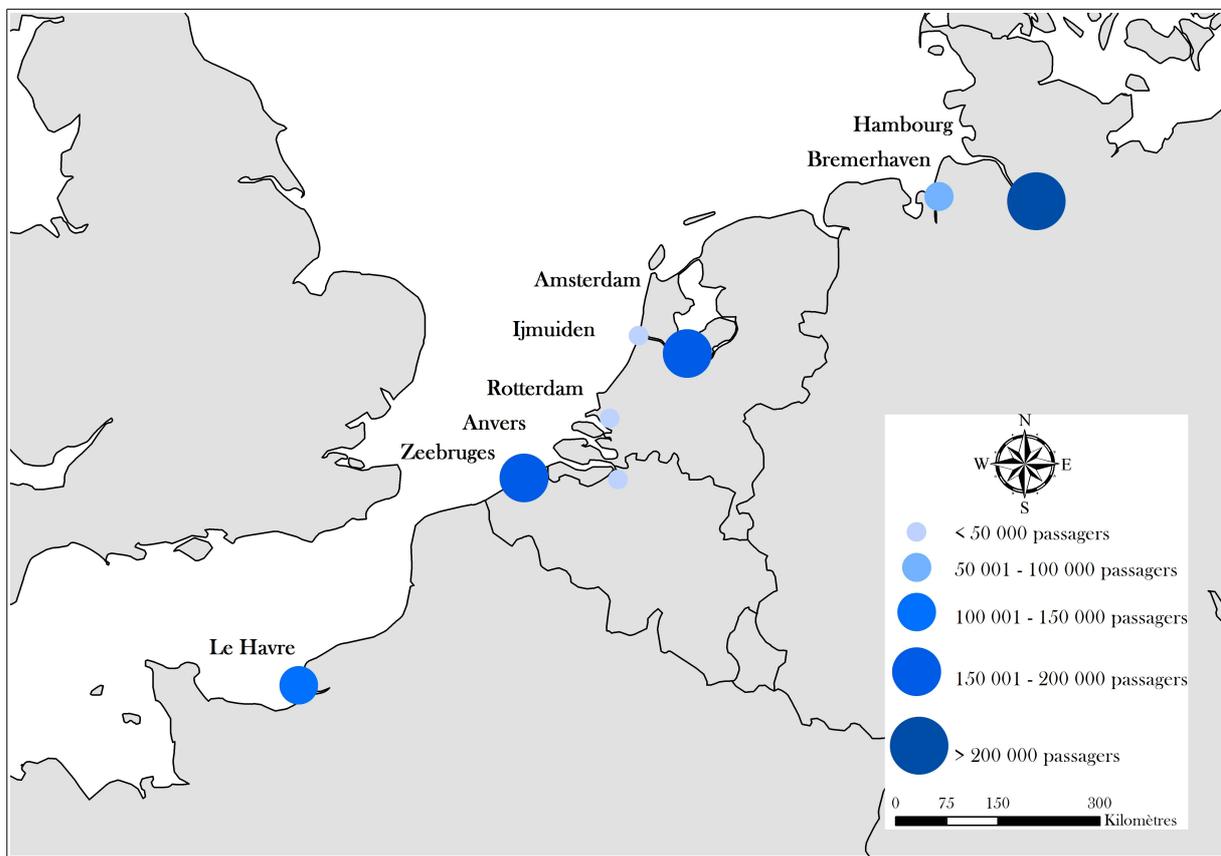
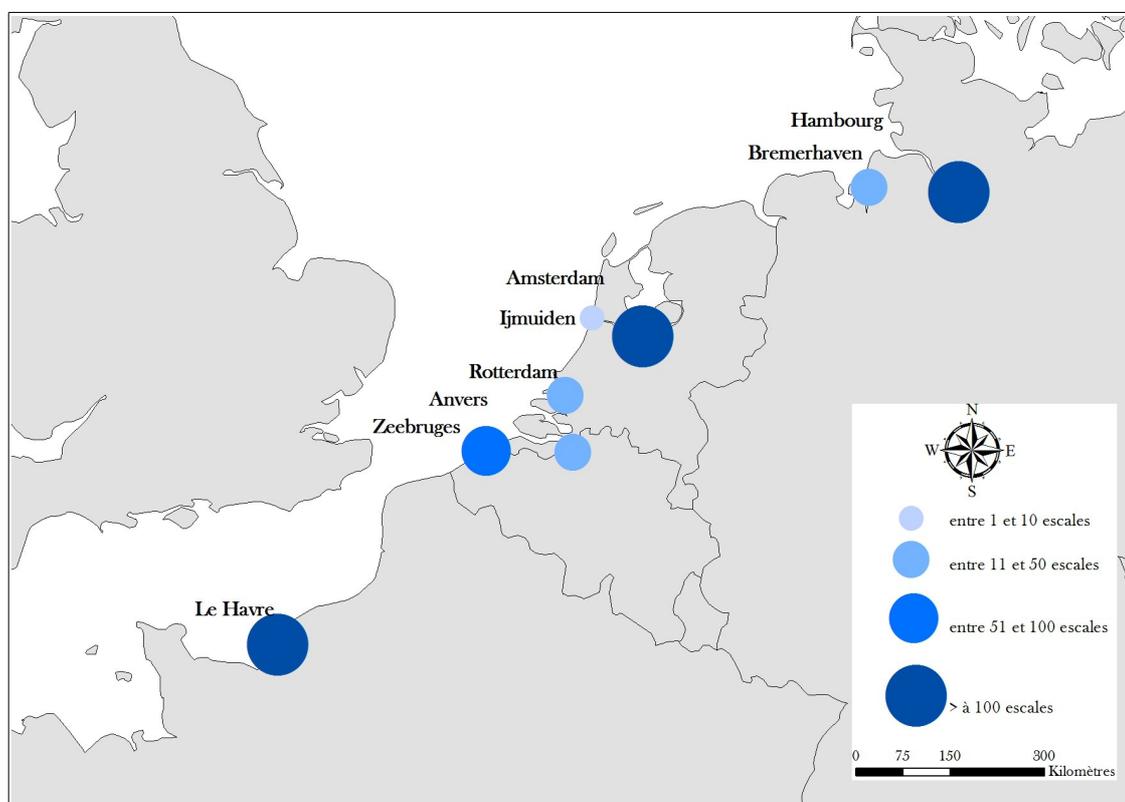


Figure 36 : Nombre de passagers en escale en 2010  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
 Source des données : (BROGEN K., 2011)

La figure 36 présente le nombre de passagers en escale dans les ports de la rangée nord pour l'année 2010. Dans la catégorie des moins de 50 000 passagers, on peut voir les ports d'Anvers, de Rotterdam et d' Ijmuiden. Entre 50 000 et 100 000 passagers, seul le port de Bremerhaven apparaît. Le port du Havre se classe dans la tranche 100 000 à 150 000 passagers. Les ports de Zeebruges et d'Amsterdam se situent entre 150 000 et 200 000 passagers et enfin le port d' Hambourg gère un flux de plus de 200 000 passagers.

On observe que chaque pays faisant partie de notre zone d'étude possède un port avec un flux de plus de 100 000 passagers (équipage non compris). Les autres ports sont alors vus comme des ports secondaires ou complémentaires.



**Figure 37 : Nombre d'escales en 2010**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
Source des données : (BROGEN K., 2011)

La figure 37 nous présente les escales de chacun des ports de notre zone d'étude pour l'année 2010. On y observe que les ports ne se classent pas dans le même ordre d'importance que pour le nombre de passagers. Dans ce cas-ci, Hambourg, Amsterdam et

Le Havre ont chacun accueilli plus de cent escales de paquebots de croisière. Zeebruges a accueilli entre 50 et 100 escales. Anvers et Rotterdam ont vu moins de 50 escales et Ijmuiden moins de 10 escales.

En croisant ces informations avec celles fournies par la figure 36, on peut en déduire que certains ports accueillent des plus gros navires de croisières que ceux de la même catégorie. Le port du Havre et celui d'Amsterdam reçoivent des bateaux plus petits que ceux entrant dans le port d' Hambourg alors que le port de Zeebruges accueille de navires plus grands que ceux entrant dans le port d'Amsterdam. Les données présentées permettent également de mettre en avant que, dans le cas de plusieurs ports d'un même pays sur la même façade maritime, il y a toujours un port qui domine par rapports aux autres. Il est cependant important de noter que, pour le port d' Ijmuiden par exemple, le nombre de passagers et/ou d'escales a fortement augmenté depuis 2010 suite à une certaine saturation du port d'Amsterdam.

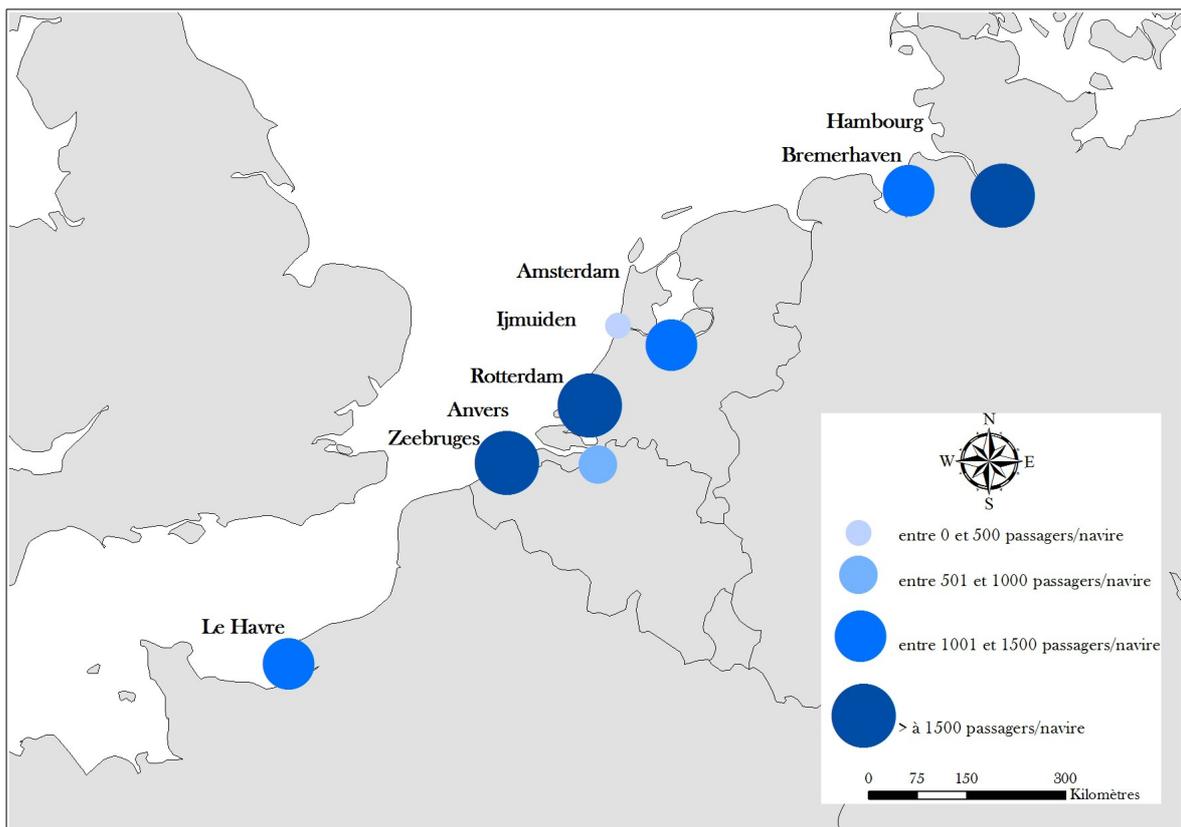


Figure 38 : Nombre de passagers moyen par navires en escale en 2010  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
Source des données : (BROGEN K., 2011)

La figure 38 nous permet d'appuyer cette hypothèse. En effet, sur base du nombre de passagers et du nombre d'escale dans chaque port d'étude, le ratio moyen du nombre de passagers par navire a été calculé. On y observe que les ports de Zeebruges, de Rotterdam et d' Hambourg sont ceux qui accueillent les plus gros navires, transportant alors plus de 1500 passagers par bateau. Amsterdam, Bremerhaven et Le Havre accueillent des navires entre 1000 et 1500 passagers. Anvers et Ijmuiden ont un ratio inférieur à 1000 passagers par bateau. Il est important de noter qu'en plus d'être d'importants ports de croisière pour la région, les ports dominants de notre étude sont également d'importants ports maritimes. En effet, Hambourg, Amsterdam et Zeebruges sont des ports importants à l'échelle européenne. Rotterdam est en quelque sorte une exception. Très grand port pour le trafic de conteneurs ou autres marchandises, son orientation vers le secteur des croisières ne s'est faite que récemment pour les mêmes raisons que celles évoquées pour expliquer la croissance d'Ijmuiden. Son trafic en terme de nombre de passagers y est donc nettement inférieur que pour les autres trafics en transit dans le port, à savoir le trafic des marchandises.

Quatre ports principaux en termes de nombre de passagers ressortent donc de notre façade maritime : Hambourg pour l'Allemagne, Amsterdam pour les Pays-Bas, Zeebruges pour la Belgique, et Le Havre pour la France. Analysons donc maintenant l'accessibilité de ces ports par rapport à l'hinterland.

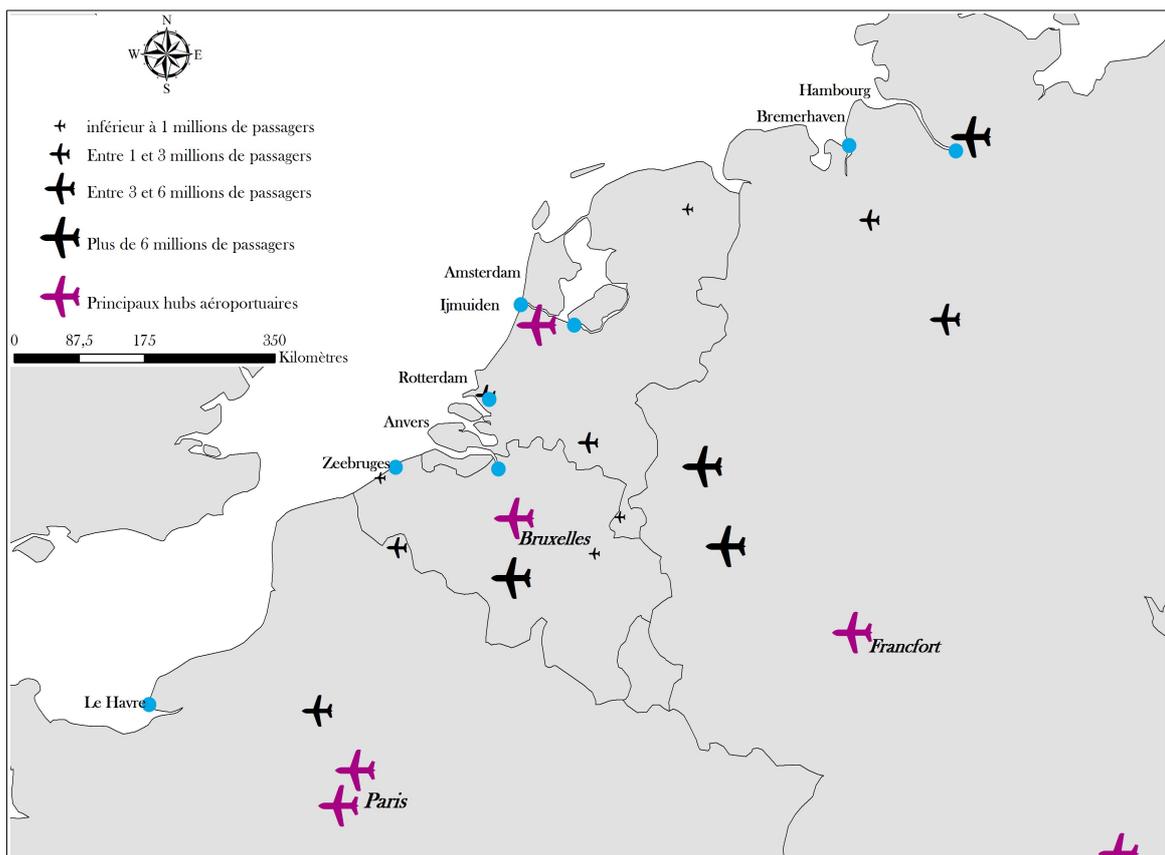
#### **VII.4.2. L'hinterland de la rangée nord-européenne**

L'hinterland d'une rangée est un concept né pour définir la région desservie par un port, ce qui est en soi, son arrière-pays. Néanmoins, le terme est entré dans le langage courant du géographe. Par extension, l'hinterland se définit comme tout espace fournissant des ressources à un nœud de réseau qui fonctionne comme commutateur avec cet espace. Appliqué spécifiquement à la géographie, quelques variations peuvent être présentées. On parlera en effet plutôt d'un espace polarisé autour d'un lieu central, ou d'une aire d'approvisionnement. On peut également parler d'aire d'influence d'un établissement partiellement localisé dans un lieu central (LEVY J., LUSSAULT M., 2013). Toutes ces définitions tentent à définir notre lieu central comme le port de croisière et son hinterland comme son aire d'influence.

Plusieurs éléments clés de l'hinterland seront présentés ici. Les trois premières cartes nous présenteront les réseaux de transports aériens, autoroutiers et ferroviaires. La carte suivante présente les données de population à l'échelle statistique des *nuts* (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) européens. La dernière carte présente les attractions touristiques inscrites au patrimoine matériel de l'UNESCO au sein de l'hinterland de notre rangée.

- Les modes de transport

Trois « réseaux » de transport sont abordés ici : le réseau aéroportuaire grâce à la localisation des aéroports au sein de l'hinterland de la rangée portuaire d'étude. Ensuite, le réseau autoroutier, plus facile à analyser que le réseau routier complet, est cartographié couplé à la distance euclidienne aux ports, et le réseau ferroviaire qui est représenté de la même manière.



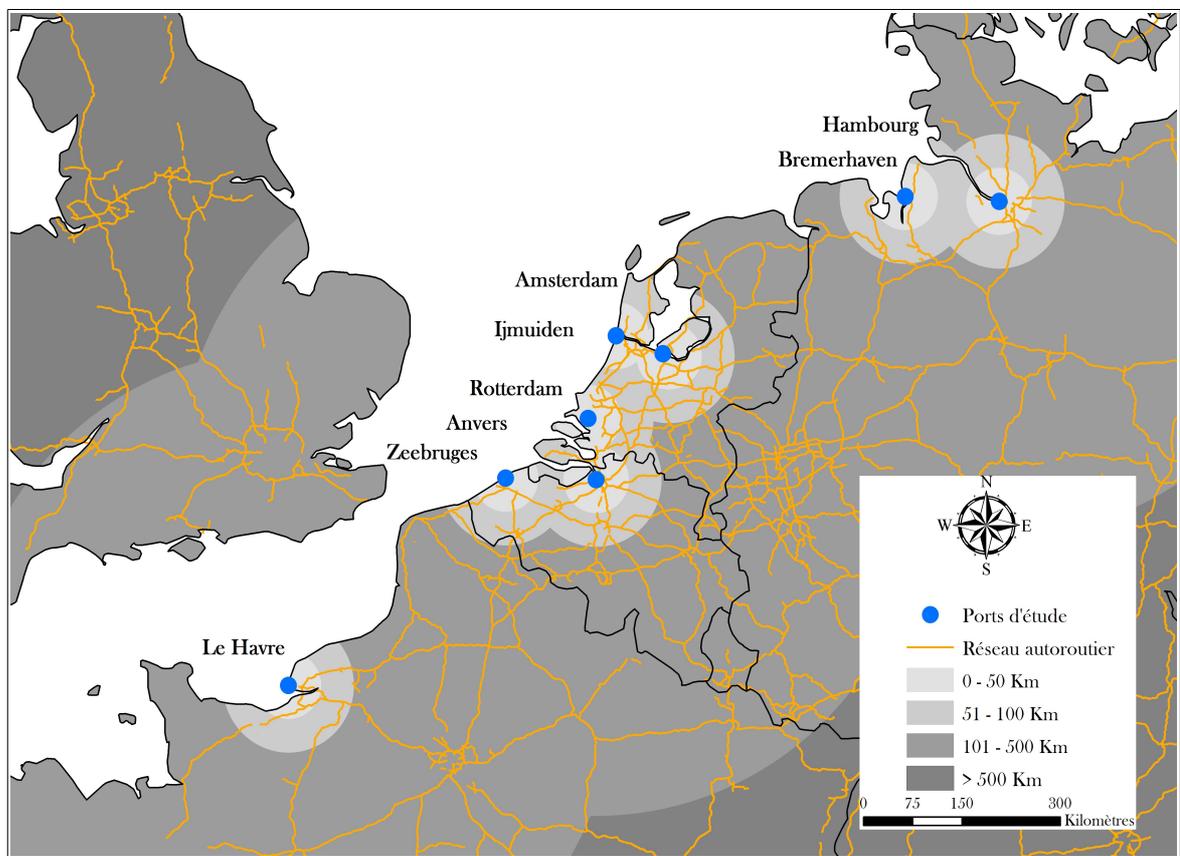
**Figure 39 : Localisation et flux de passagers des aéroports en 2012**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
 Source des données : (ACI,2014)

La figure 39 présente les aéroports au trafic de passagers annuel supérieur à 100 000 passagers. On répertorie pour le nord de la France les aéroports de Lille, Paris-Beauvais-Tillé, Charles-de-Gaulle, et Paris-Orly ; pour la Belgique les aéroports de Bruxelles, Charleroi (Brussels-South), Liège-Bierset et Ostende ; pour l'Allemagne les aéroports de Francfort, Munich, Brême, Hanovre, Berlin, Düsseldorf, Hambourg et Bonn ; et pour les Pays-Bas les aéroports de Schipol (Amsterdam), Rotterdam, Maastricht, Eindhoven, et Groningen. Quatre des aéroports ici cités ont un flux inférieur à un million de passagers pour l'année 2012 : Ostende, Liège, Maastricht et Groningen. Notons que pour ceux-ci, d'autres aéroports, d'un flux supérieur, se trouvent dans un rayon inférieur à 300 kilomètres. Ils peuvent donc être mis de côté dans notre analyse port par port. Au sein même des aéroports présentés ici, une distinction peut être faite. En effet, certains de ces aéroports sont des *hubs* aéroportuaires, à savoir, en français une plate-forme de correspondance aéroportuaire, c'est-à-dire un lieu qui permet aux passagers de faire escale en changeant rapidement et facilement de vol. Ces *hubs* sont donc souvent les aéroports centraux de compagnies déterminées. Au sein de notre rangée d'étude, on peut en citer cinq : Amsterdam-Schipol, siège la compagnie KLM, Francfort pour la compagnie Lufthansa, Bruxelles pour la Brussels Airlines et Jet Airways, Paris-Charles-de-Gaulle et Paris-Orly pour Air France. Les autres aéroports sont alors des aéroports proposant des offres plus locales (principalement centrées sur l'Europe) ou alors focalisés sur le marché du *low cost*.

Les ports d'Hambourg et d'Amsterdam peuvent être directement connectés à l'international par leurs aéroports respectifs. Il existe d'ailleurs des navettes mises en place reliant le terminal croisière à l'aéroport. Les ports de Zeebruges et Le Havre, de même que les quatre autres ports de notre étude, sont dépendants des aéroports nationaux pour leur desserte internationale. Il s'avère alors important de savoir si les ports et les aéroports sont bien connectés par les réseaux de transports routiers ou ferroviaires.

La figure 40 nous présente le réseau autoroutier couplé à la distance euclidienne par rapport aux ports d'études. On y observe un réseau autoroutier plus dense sur la Belgique et la vallée du Rhin. Cette zone fait partie de ce qu'on appelle communément la « banane bleue », c'est-à-dire la mégapole européenne développée par Roger Brunet (BRUNET R., 1973). Cet espace est en effet plus peuplé et urbanisé que les espaces environnants. Il est le centre de production de richesses et est caractérisé par des flux importants d'où son réseau

de transport relativement dense. Dès lors, les ports belges et néerlandais, faisant partie de cette dorsale européenne, sont fortement connectés à leur hinterland. Néanmoins, il est plus courant de considérer l'économie géographique européenne comme polycentrique même si le phénomène de conurbation entre la Mer du nord et la vallée rhénane est particulièrement marqué. Les ports allemands de notre étude sont peu connectés entre eux, un passage par Brême est obligatoire pour relier le port de Bremerhaven à celui d'Hambourg, mais sont intégrés au réseau autoroutier allemand. Le port du Havre est quant à lui dépendant de Paris pour sa connexion aéroportuaire. En effet, le réseau autoroutier français, (comme le ferroviaire présenté ci-après) peut être modélisé comme un réseau en étoile autour de Paris.



**Figure 40 : Réseau autoroutier de l'hinterland nord-européen**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

La figure 41 nous présente le réseau ferroviaire couplé à la distance euclidienne par rapport aux ports d'études. Actuellement, les principales capitales européennes peuvent être reliées entre elles par train à grande vitesse en environ trois heures. La carte du réseau

ferroviaire s'avère assez similaire à celle du réseau autoroutier, dès lors, son analyse est identique. Notons cependant que le réseau ferré allemand semble plus dense et interconnecté que son propre réseau autoroutier.

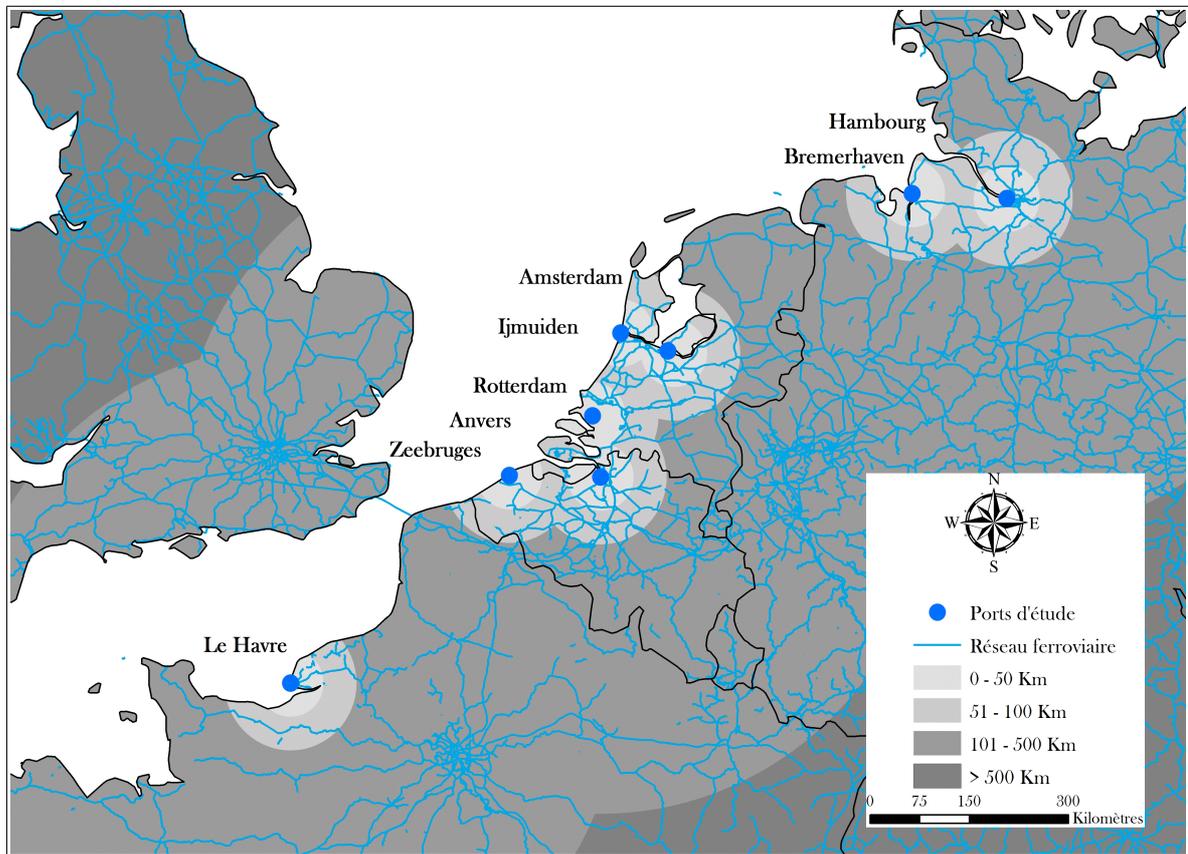


Figure 41 : Réseau ferroviaire principal de l'hinterland nord-européen  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

- La population

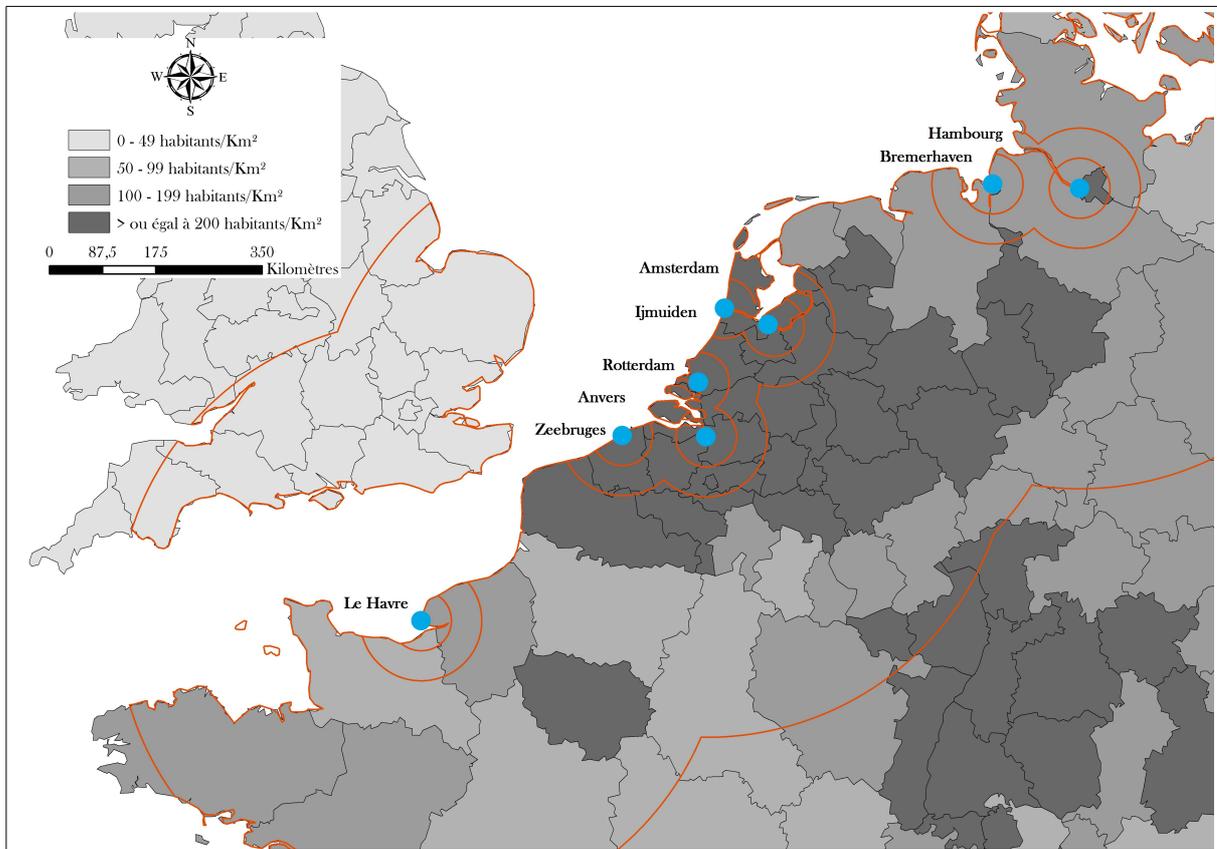
L'analyse de la population se fait ici en observant les densités de population selon une échelle statistique européenne. La figure suivante nous présente la densité de population à proximité de nos ports d'étude.

S'attarder sur ce type de données permet de déterminer si les ports peuvent apparaître comme de bons ports de départs pour les itinéraires de croisières. Notons que l'échelle utilisée ici est celle des NUTS 2 européens. Le NUTS représente la nomenclature d'unités territoriales statistiques. Celles-ci sont définies uniquement pour les besoins

statistiques de l'Union Européenne et ne correspondent donc pas automatiquement à des limites administratives pré-existantes, même si elles regroupent souvent plusieurs de ces régions administratives. Ce cadre juridique de division géographique permet d'harmoniser la collecte, la transmission et la publication de données statistiques. Ceci permet surtout de pouvoir obtenir des données comparables. Il existe actuellement quatre échelles de NUTS. Le NUTS 1 est défini de telle sorte qu'il englobe une population allant de trois à sept millions d'habitants (Belgique = 2 régions fédérées et 1 région capitale, Allemagne = 16 états fédéraux, Pays-Bas = 4 territoires, France = 9 zones économiques d'aménagement du territoire). On observe que à l'échelle du NUTS 1, la Belgique et l'Allemagne sont découpées en régions ayant une autorité administrative propre alors que ce n'est pas le cas pour les Pays-Bas et la France. Le NUTS 2 englobe une population allant de 800 000 à 3 millions d'habitants (Belgique = 10 provinces et 1 région capitale, Allemagne = 41 districts, Pays-Bas = 12 provinces, France = 26 régions et 1 collectivité territoriale qu'est la Corse). Enfin, le NUTS 3 correspond à un territoire se composant de 150 000 à 800 000 habitants (Belgique = 42 arrondissements et 1 région capitale, Allemagne = 439 arrondissements, Pays-Bas = 40 régions *COROP*, France = 101 départements). La quatrième échelon peut se diviser en deux sous groupes, le NUTS 4 et le NUTS 5 actuellement appelées unités d'administration locale (UAL). Ceux-ci sont surtout présents dans les états qui ont adhérer à l'Union Européenne en 2004 et 2007. Notons que cette nomenclature sera d'application jusqu'au 31 décembre 2014. Une mise à jour des différentes échelles de nomenclature entrera en vigueur en janvier 2015. Si pour un niveau déterminé il n'existe pas d'unité administrative existant, des unités administratives de plus petite taille et contiguës seront agglomérées jusqu'à pouvoir représenter une unité de niveau de Nuts souhaité. (EUROSTAT, 2014)

La représentation cartographique des données de population permet de mieux visualiser la mégapole européenne abordée auparavant. En effet, on observe clairement une plus forte densité de population pour la Belgique (principalement dans la moitié nord), les Pays-Bas et le sud-ouest de l'Allemagne. Le reste de l'Europe n'étant pas visible sur cette carte, il n'est alors possible de mettre en exergue que la partie nord de cette conurbation. Notons également que la région parisienne apparaît comme plus peuplée mais ne se trouve pas dans le même axe géographique. Cependant, le développement des réseaux de transports, et notamment du système ferroviaire à grande vitesse, permet alors

de relier facilement la région parisienne à la banane bleue en 1 h 30 par l'intermédiaire de Bruxelles et de Strasbourg dans un proche avenir.



**Figure 42 : Densité de population en 2010 à l'échelle des NUTS 2 européens.**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
Source des données : (EUROSTAT, 2014)

On observe donc ici très facilement l'origine de la population que les ports d'étude peuvent drainer dans le cas où ceux-ci sont des ports de départ d'itinéraires. Le port du Havre, en tant que port de départ, se place comme le port de la région parisienne et de l'axe Seine. Les ports belges et néerlandais deviennent également de très bons ports de départ pour l'ensemble de la population des deux pays, de même que pour le sud-ouest de l'Allemagne et l'Est de la France. Notons que dans le cas d'Amsterdam et d'Ijmuiden, même si c'est la capitale des Pays-Bas qui a le plus grand pouvoir d'attraction, la plupart des départs de croisières se font au départ du port côtier grâce au partenariat mis en place entre les deux autorités portuaires.

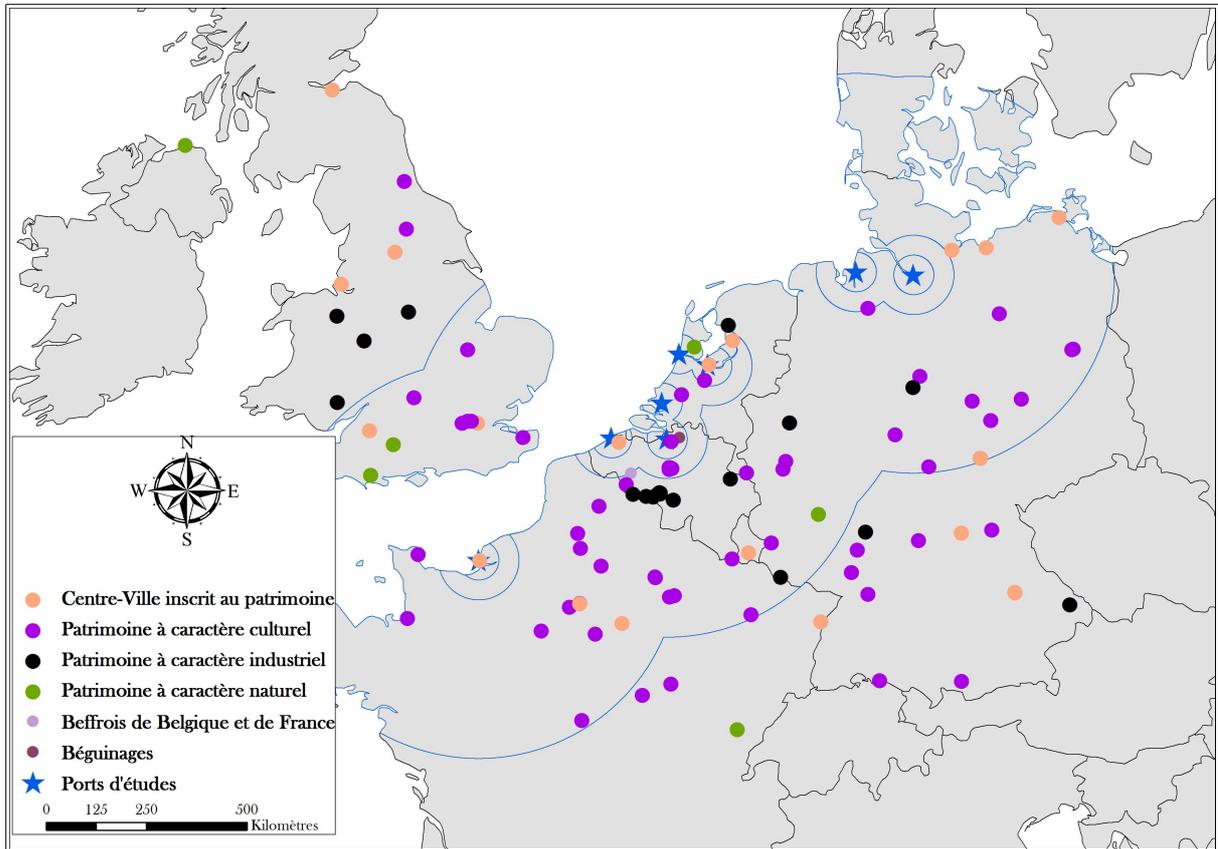
- Attrait touristique

La figure 43 nous présente le patrimoine inscrit à l'UNESCO de notre zone d'étude. Ces données sont un exemple illustratif de l'attrait touristique de la région. Plusieurs catégories d'attractions touristiques ont pu être distinguées. Tout d'abord, il y a les centre-villes inscrits dans leur globalité tels que ceux du Havre, de Paris, de Bruges ou d'Amsterdam. Ensuite, il y a les patrimoines à caractère culturel tels des cathédrales, des musées, des bâtiments historiques, ... En troisième catégorie, on répertorie le patrimoine à caractère industriel tel que des sites miniers, d'anciennes usines, des ascenseurs de canaux, ... La dernière catégorie regroupe l'ensemble des patrimoines à caractère naturel tels que la mer des Wadden, des sites fossilifères, ... Certains patrimoines, regroupés sous un seul nom en raison de leur nombre, n'ont pas été classés dans les catégories pré-citées, notamment les beffrois de Belgique et de Flandres, les béguinages flamands et les éléments de la ligne de défense d'Amsterdam. Cependant, de manière à pouvoir rendre la carte plus facilement lisible et à mettre ces derniers éléments sur le même plan que les autres, le centre de gravité géographique pour chaque type de points a été cartographié au lieu de l'ensemble des beffrois ou béguinages.

Le patrimoine de l'Unesco est représenté à travers le monde de manière équitable par continent. Il permet d'indiquer le patrimoine d'un pays considéré comme chef-d'œuvre de l'humanité et devant être préservé. Ce sont également des attractions qui sont des témoignages d'échanges d'influences, d'une tradition culturelle, ou d'une civilisation disparue. Elles illustrent des périodes significatives de l'Histoire ou des utilisations spécifiques pour l'homme de son environnement. Il peut s'agir également tout simplement de phénomènes naturels ou de processus biologiques d'une beauté naturelle ne devant pas être affectée par les activités humaines. L'ensemble de ces sites sont reconnus internationalement et deviennent donc des attractions touristiques de premier plan pour les touristes en escale. La majorité des patrimoines inscrits en Europe du nord-ouest sont des patrimoines de type culturel. Au sein de ceux-ci, les premiers pouvant être dénommés sont les centre-villes. Cette attractivité culturelle permet de diminuer l'importance du climat

Les centre-villes inscrits dans un rayon de 500 kilomètres de nos ports d'étude sont les suivants : les villes du Havre, de Paris, de Provins, et de Strasbourg pour la France, la ville de Bruges pour la Belgique, la ville de Luxembourg pour le grand duché du Luxembourg, les villes d'Amsterdam et de Schokland (ancienne île polderisée) pour les

Pays-Bas, les villes de Stralsund et Wismar inscrites ensemble et de Lübeck sur la mer Baltique, Ratisbonne et Bamberg en Bavière, et enfin Weimar pour l'Allemagne. Ces villes sont inscrites dans leur totalité grâce une homogénéité architecturale qui doit être préservée pour la mémoire collective.



**Figure 43 : Patrimoine matériel de l'UNESCO de l'hinterland nord-européen**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
Source des données : (UNESCO, 2014)

Ensuite, on dénombre quantité de cathédrales, églises, palais, hôtels, musées, mais aussi quelques monastères ou abbayes, de même que des monuments commémoratifs. On peut par exemple citer la cathédrale d'Aix-la-Chapelle, l'église de Compiègne, le palais de Fontainebleau, l'hôtel Solvay de Victor Horta à Bruxelles, la cité du modernisme à Berlin, ou l'abbaye du Mont-Saint-Michel.

En parallèle à ces sites d'ordre culturel, on observe également des sites d'ordre industriel. Ces sites sont principalement d'anciens sites miniers tels que le grand Hornu en

Belgique ou les minières néolithiques de Silex à Spiennes. On note également des technologies telles que les ascenseurs à bateaux sur le canal du centre en Belgique ou la station de pompage de Tacoziyl permettant d'abaisser le niveau des eaux de la province des Pays-Bas au sein de laquelle elle est implantée. Certaines usines sont également inscrites comme attestation d'une architecture moderne précoce telles que l'Usine Fagus en Allemagne. Enfin, quelques sites naturels font également partie du patrimoine de la région dont notamment la mer des Wadden, ou la vallée du haut-Rhin moyen.

Un patrimoine important fait donc partie de l'hinterland de notre rangée portuaire d'étude. Ils offrent dès lors un grand choix d'excursions touristiques.

### **VII.5. Conclusions**

Ce chapitre s'est donc composé de trois sections. La première veillait à présenter la méthodologie et les choix de la zone d'étude, à savoir la rangée nord-européenne. La deuxième veillait à présenter la place de la croisière au sein de l'activité portuaire dans la rangée nord et enfin la troisième section veillait à présenter le contexte dans lequel cette étude s'inscrit.

La première section permet de comprendre le processus de sélection des ports à étudier grâce au concept de rangée portuaire introduit par André Vigarié. Elle a présenté également les méthodes mises en place pour la récolte des données sur le terrain permettant d'élaborer les cartes présentées dans le chapitre suivant.

Il est vrai qu'au sein de la rangée nord-européenne, il existe plusieurs ports d'importance mondiale mais ce sont surtout des ports capitaux pour l'Europe et son économie. La croisière y figure certes comme un secteur économique de moindre importance pour l'activité portuaire. Il faut comprendre que l'intérêt du développement de la croisière est souvent plutôt un atout pour la ville portuaire que pour le port lui-même.

La troisième section a alors présenté la croissance non négligeable de la croisière au sein de la rangée. En 2014, de nouveaux ports de croisière émergent même au sein de celle-ci et la croissance fulgurante d'autres ports modifie intégralement le classement des ports étudiés. Cette section a également permis d'introduire la notion d'hinterland. En analysant ceux-ci de manière globale pour l'ensemble des ports de la rangée, on observe qu'il s'agit en quelque sorte d'un arrière-pays commun : l'Europe de l'ouest. Ce phénomène

est viable grâce notamment à un réseau de transport important et ramifié. Les connexions avec les zones portuaires peuvent tout autant se faire par la route que par le rail. Enfin, il fut possible de rendre compte de la portée touristique du territoire via l'indicateur du patrimoine mondial de l'UNESCO. L'Europe de l'Ouest possède un passé médiéval fort mais fut aussi marquée par la révolution industrielle et intellectuelle. Tous ces éléments se visualisent dans le patrimoine Unesco. De plus, la rangée nord-européenne et sa région se caractérisent également par une homogénéité politique, économique, et culturelle. Même si chaque pays a ses propres particularités culturelles, il n'en reste pas moins que les populations d'Europe occidentale ont une culture commune par comparaison avec d'autres cultures mondiales.



## **Chapitre VIII**

# **LES PORTS DE LA RANGÉE NORD-EUROPEENNE**

### **VIII.1. Introduction**

Avec ce chapitre, nous entrons dans l'analyse des résultats des différents sites étudiés. Pour mieux comprendre le cheminement jusqu'au modèle proposé dans le chapitre IX, ce chapitre abordera les données villes par villes en deux phases.

La première section de ce chapitre se focalisera sur les modes de gouvernance de la croisière. Aborder ce sujet permettra de mieux comprendre les enjeux en cours dans les relations entre ville et port. Tout d'abord, il conviendra de définir la gouvernance portuaire de manière globale. Ensuite, pour chaque port de la rangée, la gestion de la croisière sera comparée à la gestion portuaire de marchandises. Ces informations ont, en partie, été récoltées grâce à des échanges avec les responsables de la croisière des différents ports (entretiens présentés en annexes).

La deuxième section de ce chapitre se présente en deux temps. Dans un premier temps, elle présentera l'agencement urbain des villes portuaires. Celui-ci résulte directement des observations de terrains et de leur encodage dont la méthodologie a été présentée dans le chapitre VII. Plusieurs éléments sont introduits : les cartes d'organisation spatiale de chacune des villes étudiées, mais également des cartes de mises en situation et des photos illustratrices de certains éléments propres à chaque ville. Chaque carte sera alors analysée et replacée dans le contexte global de développement de la croisière et d'hinterland présenté dans le chapitre précédent. Dans un deuxième temps, la section consistera en une schématisation de chacun des ports de croisière. Ensuite, une confrontation des schémas de chacune des villes aura lieu de manière à pouvoir dégager points communs et divergences nécessaires à la réalisation du modèle global.

## VIII.2. Mode de gestion de la croisière

En relation avec la partie deux de cette thèse présentant la complexité du jeu d'acteurs entrant en compte dans le système croisière, il paraît important d'énoncer de manière distincte les différents modes de gestion des croisières. En effet, certains modes de gestion permettent de faciliter un développement plus harmonieux du secteur par rapport à d'autres. Ce point présentera d'abord les différents modes de gestion portuaire et indiquera ensuite comment la croisière se distingue des autres transports maritimes.

### VIII.2.1. La gouvernance portuaire : généralités

Le XXI<sup>e</sup> siècle a vu apparaître de nombreux changements et améliorations dans les systèmes de gouvernance portuaire. En effet, plusieurs pays ont déclaré leur désir de diminuer l'intervention de l'État dans la planification et la gestion des infrastructures portuaires, suite aux investissements gouvernementaux dans d'autres nombreux secteurs publics. On peut présenter différents facteurs pour ou contre une indépendance du secteur portuaire. La force principale qui pousse à une indépendance du secteur par rapport à l'État est le fait d'obtenir un meilleur contrôle juridictionnel et donc une meilleure dynamique des territoires mais surtout la permission de décisions d'investissements spéculatifs en s'associant à des services auxiliaires, permettant ainsi de diminuer les risques. A l'opposé, la principale force qui se pose contre une indépendance du secteur portuaire est qu'il est préférable de privilégier l'intégration des opérateurs de terminaux et de lignes régulières dans la gestion portuaire via des baux de location longue durée ce qui, à long terme, diminue le rôle de l'autorité portuaire. Une indépendance de cette dernière amène donc une plus grande implication du secteur privé. Nous verrons par la suite qu'il existe plusieurs niveaux d'implication du secteur privé dans la gouvernance portuaire.

Établir une autorité portuaire indépendante implique que celle-ci devra assumer trois fonctions ancrant les responsabilités administratives du port : la gestion foncière, la gestion environnementale et la gestion transactionnelle (COMTOIS C., SLACK B., 2003) . La gestion foncière consiste principalement en la gestion des sites portuaires et à la ré-allocation de sites abandonnés ou sous-utilisés. Cette fonction reste le rôle principal du port car les opérateurs privés sont souvent peu enclins à faire des gros investissements à long terme tel que celui représenté par l'achat d'un terrain. C'est également cette fonction qui

permet la ré-allocation d'anciens sites dans le but d'une réimplantation urbaine comme ce fut le cas pour le quartier de l'Eure dans la ville du Havre. Ces particuliers cas de figures ont permis de modifier l'image industrielle souvent associée aux villes portuaires en implantant de nouveaux quartiers urbains à proximité des activités portuaires, sur des sites délaissés et donnés, ou vendus, à la municipalité. La gestion environnementale intervient dans le but de veiller à l'application des réglementations législatives relatives à l'environnement, notamment les normes MARPOL par exemple. Enfin la gestion transactionnelle correspond surtout à la promotion du port sur la scène internationale. La compétition existant auparavant entre les ports est devenue aujourd'hui une compétition entre les armateurs. Les ports ont donc actuellement tout intérêt à se montrer complémentaires plutôt que de vouloir tous se spécialiser dans le même secteur. Certains ports se spécialisent alors dans le trafic de conteneurs ou le trafic roulier, par exemple.

Jean Debie et Cécile Ruby (2009) présentent une étude définissant le mode de gestion des ports selon l'implication des secteurs publics et privés. Ils se basent sur un classement de la banque mondiale. Elle classe les modes de gestion selon que les différents facteurs soient gérés majoritairement par le secteur public ou par le secteur privé. Le tableau ci-dessous cherche à savoir qui gère les infrastructures, les superstructures, les opérations, et le reste des actions portuaires.

	Infrastructures	Superstructures	Opérations	Autres
Port service	Public	Public	Public	Surtout public
Port outil	Public	Public	Privé	Public-privé
Port propriétaire	Public	Privé	Privé	Public-privé
Port privé	Privé	Privé	Privé	Surtout privé

**Tableau 14: Classement des ports selon leur mode de gestion vu par la banque mondiale**  
 Source des données : (DEBRIE J., RUBY C., 2009) et (DEBRIE J., LAVAUD-LETILLEUL V., 2013)

Le « port service » est un port dit public. L'ensemble des actions et équipements portuaires sont gérés par le secteur public de la ville portuaire au niveau national, régional,

ou communal. Le « port outil » est un port mêlant parfaitement le secteur public et le secteur privé. La gestion des équipements (infrastructures et superstructures) reste du domaine public mais l'ensemble des opérations ou actions diverses se fait principalement par le secteur privé. Le « port propriétaire » se caractérise par le fait que seules les infrastructures restent gérées par les autorités publiques. Enfin, le « port privé » est donc un port dans lequel le domaine public n'intervient pas, ou très peu.

Il n'existe pas de modèle européen de gestion portuaire mais quelques points communs peuvent quand même apparaître. Tout d'abord, c'est autour de la séparation entre infrastructures et superstructures que se fait la distinction du type de port, que ce soit au niveau fonctionnel ou au niveau de l'investissement. Ensuite, on observe que le financement du port balaye l'ensemble du spectre politique et donc du secteur public. On constate également que l'exploitation est souvent réservée à des opérateurs privés. Enfin, la taille du port va influencer la part de l'investissement du secteur privé. Plus le port est grand, plus le besoin d'investissements du secteur privé se fera sentir.

### ***VIII.2.2. La gouvernance portuaire dans la rangée nord-européenne***

Cette section va tout d'abord poser les grandes lignes de la gouvernance portuaire pour chacun des pays faisant partie de notre étude et ensuite y détailler le mode de gestion de la croisière au sein des ports visés.

- *Les ports allemands*

Les ports d' Hambourg et de Bremerhaven sont sous l'égide des autorités municipales. Il s'avère cependant que pour ces deux ports, l'autorité de la ville est également celle du land. Étant des ports d'une relative importance, les autorités portuaires ont acquis une personnalité juridique propre, permettant à la municipalité de se décharger quelque peu et de leur accorder un budget entièrement autonome. Les deux ports s'apparentent alors à des sociétés de droit privé mais à capitaux publics. De manière globale, on observe aussi que les autorités portuaires financent les infrastructures mais ce sont les autorités fédérales qui financent les accès maritimes.

Cependant le port de Bremerhaven se distingue du port d' Hambourg par le fait que les actifs sont propriétés de la ville alors que pour Hambourg, ils sont propriétés de l'autorité portuaire. La ville de Bremerhaven maîtrise donc la planification, la gestion, le

financement, la construction, les techniques et recherches de projets d'extension alors que dans le cas d' Hambourg, c'est l'autorité portuaire qui est chargée, au nom de la ville, de ces fonctions. (DEBRIE J., RUBY C., 2009)

La gestion de la croisière à Hambourg suit la même logique que pour les autres activités portuaires. En effet, une société publique chargée de gérer et de promouvoir la croisière dans la ville fut fondée en 2005 et nommée *Hamburg Cruise Center*. Tandis que dans le cas de Bremerhaven, la société responsable du terminal et des croisières est une société privée (*Columbus Cruise Center*) gérant à la fois la croisière à Bremerhaven et à Wismar sur la mer Baltique. Ces deux types de sociétés se caractérisent cependant par de nombreux points communs dont notamment l'étroite collaboration avec l'office de tourisme. Dans les deux cas, on observe que la gestion de la croisière est indépendante des activités portuaires et des gestionnaires du tourisme en général, même s'ils travaillent en collaboration. Notons également qu'à Hambourg, les autorités sont responsables de trois terminaux de croisières (HafenCity et Altona étant les deux principaux, le troisième servant principalement d'appoint).

- Les ports belges

Comme pour les ports allemands, la gestion portuaire se fait sous la responsabilité des autorités municipales avec une personnalité juridique propre. Cependant, dans le cas de Zeebruges, la société municipale gérant le port comporte 3,6 % de capitaux privés. Ceux-ci sont prioritairement détenus par une société anonyme tenue en grande partie par la ville de Bruges. Le domaine public va financer les accès maritimes (principalement la région flamande) et 80 % des infrastructures. Le reste des investissements et les superstructures sont financés par des opérateurs privés. L'autorité portuaire publique du port se chargera de la régulation sécuritaire et environnementale mais également du dragage, du remorquage, de la gestion administrative, ... Dans le cas de la promotion des ports, un plan commun a été mis en place notamment en équilibrant les politiques tarifaires entre les deux ports belges (DEBRIE J., RUBY C., 2009).

Concernant la croisière, Anvers et Zeebruges suivent deux logiques différentes même si tous deux sont financés par le secteur public. Le premier port belge, Anvers, a créé une division spécialement dédiée à la gestion de la croisière. Celle-ci est composée de travailleurs de l'autorité portuaire et de travailleurs provenant de l'autorité municipale

réunit sous l'enseigne *Antwerp Cruise Port*. Cette association apparaît alors comme un interlocuteur unique pour les compagnies de croisières permettant de mettre en place des politiques de développement qui touchent la ville, le port ou encore le tourisme, tel que le fait de fixer des prix d'accostage bas. Cette politique ne pourrait pas être d'application si les acteurs responsables n'étaient pas représentés au sein de la société publique. Pour Zeebruges, l'autorité responsable de la croisière est identique à celle gérant les autres activités portuaires même si un employé est préposé au poste d'interlocuteur croisière.

- Les ports néerlandais

Les Pays-Bas englobent trois types de port : les ports municipaux, les ports inter-communaux (dits *havenschap*) et les ports privés. Le port de Rotterdam et le port d'Amsterdam sont des ports municipaux mais dont l'administration n'est pas gérée directement par la commune mais par une entité distincte n'ayant cependant pas le statut de personnalité juridique propre. Pour ces deux cas, l'autorité portuaire, au lieu d'être un département au sein de l'autorité municipale, est totalement séparée. La distinction entre la gestion des deux ports se fait sur les capitaux. Dans le cas de Rotterdam, les capitaux de l'autorité portuaire sont totalement séparés de la ville alors que dans le cas d'Amsterdam les capitaux restent communs. En effet, le budget du port d'Amsterdam, même s'il n'est géré que par l'autorité portuaire, doit être approuvé par la ville. Concernant l'accès maritime, Amsterdam présente une particularité. La ville s'est associée avec trois autres ports sous l'égide d'*Amsterdam Ports* (AMPORTS) pour gérer les accès maritimes de l'IJ et la planification portuaire. Les petits ports, deuxième mode de gestion, sont souvent gérés par des sociétés privées qui apparaissent alors comme totalement indépendantes des autorités municipales. Le dernier type de gestion portuaire aux Pays-Bas est celui du *havenschap*, où l'autorité portuaire n'est pas distincte de la ville. Ils sont administrés par un organisme public avec une personnalité juridique propre. Il existe trois ports inter-communaux : Delzijl-Eemshaven, Moerdijk, et Vlissingen-Terneuzen qui lui est devenu un port provincial. (DEBRIE J., RUBY C., 2009)

La particularité des ports néerlandais de notre étude par rapport aux autres est que la gestion de la croisière est commune aux ports d'Amsterdam et d'IJmuiden. L'*Amsterdam Cruise Port* est chargée de la promotion et de la gestion de la croisière sur l'IJ. Elle rassemble AMPORT qui est l'association regroupant les ports de l'IJ, les autorités

portuaires, l'ORAM qui est chargée de la promotion des entreprises privées, l'office de tourisme, la chambre de commerce, les gestionnaires des terminaux, les municipalités, et VCK qui est un groupe de logistique. L'ensemble de ces acteurs se réunit plusieurs fois par an pour faire un état des lieux de la croisière et planifier les escales à venir ou les projets de promotions. Une telle société offre surtout l'avantage d'être un interlocuteur unique pour les compagnies de croisière voulant planifier une ou plusieurs escales dans la cité portuaire. Elle se réunit avec les compagnies deux fois par an et est présente dans tous les événements spécialisés. Elle permet également de faire travailler des ports proches ensemble plutôt que de les placer en compétition les uns avec les autres, et donc de pouvoir améliorer la logistique des navires. Dans le cas du port de Rotterdam, les responsables de la croisière sont surtout les responsables du terminal. Ceux-ci sont indépendants de l'autorité portuaire de Rotterdam et de la ville mais rassemblent tous ces acteurs autour d'une table dès que le besoin s'en fait sentir. Ils sont également en contact avec les agents des compagnies de même que les agents de voyage.

- *Les ports français*

Trois catégories de ports existent au niveau français : les grands ports maritimes (GPM), les ports rendus aux collectivités (PIN) et les petits ports municipaux. Dans le premier cas, l'État finance à 80 % les accès maritimes, la totalité de l'entretien des infrastructures portuaires et de l'exploitation mais seulement 60 % des infrastructures en elle-même, le reste des investissements étant pris en charge par l'autorité portuaire. Dans le deuxième et troisième cas, ce sont respectivement les collectivités territoriales et les municipalités qui jouent le rôle de l'État. Cependant, l'autorité portuaire n'a pas ici de personnalité juridique. (DEBRIE J., RUBY C., 2009)

Le port du Havre a le statut de grand port maritime. L'autorité portuaire est alors responsable de l'exploitation et de l'entretien des accès maritimes, de la sûreté et de la sécurité, de la gestion des terres dont elle est propriétaire, mais également des espaces naturels qui lui sont affectés, de la construction et de l'entretien des infrastructures, de l'aménagement du territoire et de la promotion. Le port autonome du Havre est devenu GPM suite à la parution d'un décret en octobre 2008. En plus du conseil de surveillance qui a un rôle exécutif, le port a mis en place un conseil de développement, consultatif, où sont représentés les acteurs professionnels du transport maritime, les acteurs sociaux tels que les

syndicats, les associations et les collectivités territoriales.

La croisière dans le port du Havre suit une logique différente de celle des ports présentés précédemment. Ici, l'autorité portuaire prête le terrain et les locaux à l'office du tourisme qui gère seul la croisière dans la ville. Suite à cet accord entre le port et la ville, l'office de tourisme est devenu l'interlocuteur unique pour les compagnies de croisière. Le port reste cependant un appui pour l'office du tourisme en cas de besoin.

### **VIII.3. Résultats des terrains au sein de la rangée nord-européenne**

Cette section vise à présenter les données récoltées lors des terrains dans les différents ports d'étude. Pour chacun de ceux-ci, une cartographie des facteurs touristiques, commerciaux ou résidentiels est réalisée. Sur la base de l'analyse de ces données, un schéma correspondant à chacune des villes pourra être construit. C'est à partir de ces schémas que le modèle de la ville portuaire de croisière sera conçu dans le chapitre suivant.

#### ***VIII.3.1. Cartographie des ports étudiés***

Cette première étape vise à rendre compte de l'aménagement touristique et urbain des ports de notre étude.

Le flux de touristes au sein de la ville se fait vers des lieux privilégiés tels que des quartiers ou bâtiments touristiques, des quartiers commerçants,... Pour rendre compte de ces lieux d'attractions, cinq types d'éléments surfaciques sont répertoriés : les espaces d'attrait touristiques (en vert), les espaces commerciaux (en orange), les espaces résidentiels (en beige), et les espaces à vocation industrielles ou portuaires en gris. De nombreux canaux ou cours d'eau, pouvant mailler la ville et le port, ont également été cartographiés dans chacune de nos cartes (en bleu).

Pour relier les différents quartiers de la ville et le terminal croisière, il était essentiel de rendre compte du réseau de transport. Deux types de transports ont alors été représentés : le transport ferroviaire (en linéaire noir) et le transport public urbain en site propre (linéaire rouge) à savoir le réseau de métro et/ou de tramway. Dans le cas où aucun transport en site propre n'est présent, les lignes de bus ont alors été intégrées aux cartes.

Enfin sont indiqués les éléments d'ordre ponctuel. Le premier est bien entendu la localisation du terminal (en rouge). Les emplacements des gares ferroviaires et maritimes

ont également été indiqués (respectivement en bleu et en violet). Enfin, dans le cas où les attractions touristiques sont ponctuelles (musée, église, ...), elles ont alors été cartographiées par un point (en noir).

- Le Havre

La ville du Havre est une ville à tradition portuaire forte. Fondée au XVI<sup>e</sup> siècle, la ville a prospéré grâce à la forte activité des armateurs et négociants et à sa localisation à l'embouchure de l'estuaire de la Seine. Lors de la seconde guerre mondiale, tout le centre-ville fut détruit et le port fut rendu inutilisable. Le gouvernement français, devant cette situation dramatique, décida de prendre des mesures pour reconstruire la ville.

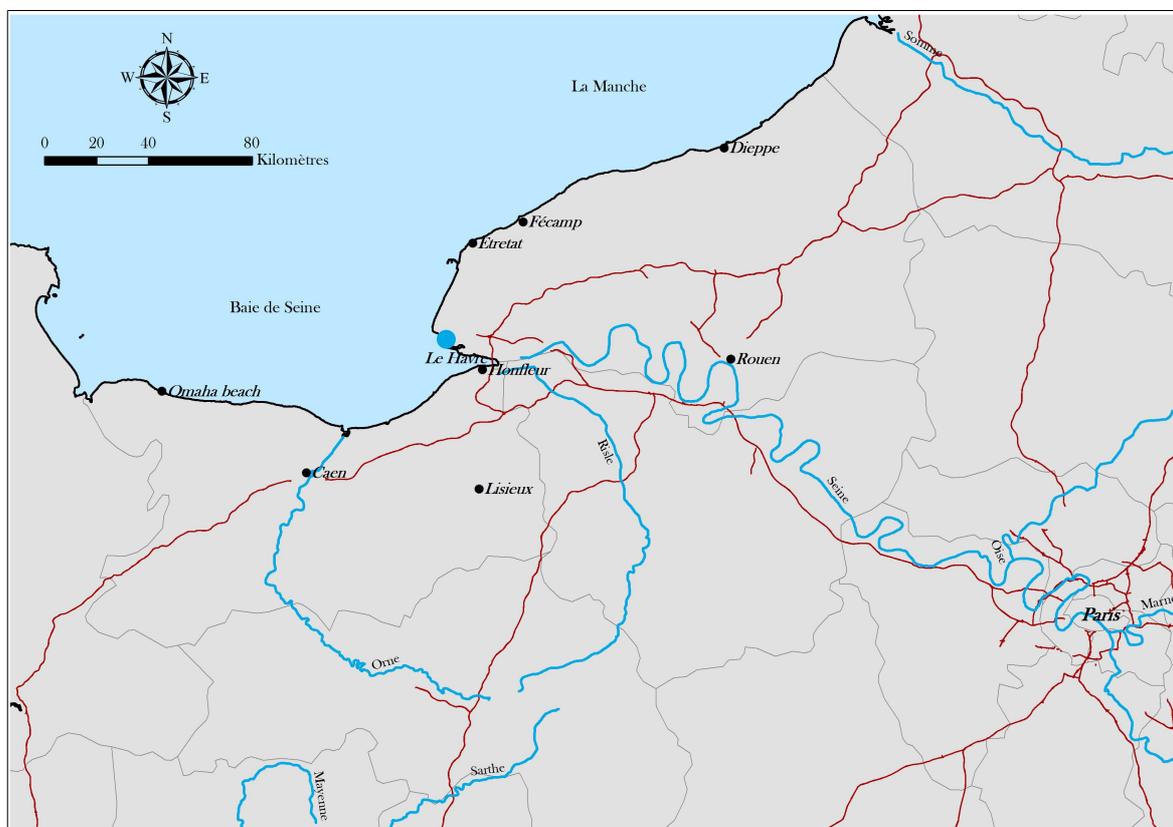


**Figure 44 : Le centre ville du Havre reconstruit par Auguste Perret**  
Crédits photos : Furlanetto G., 2011.

*La photo de gauche illustre le bassin du commerce avec sa passerelle piétonne et l'espace Oscar Niemeyer abritant le Volcan (salle de spectacle). On y observe également à l'arrière plan l'église St.Joseph construite par Auguste Perret. La photo de droite illustre l'Hôtel de ville.*

Confronté à une pénurie de matériaux et de moyens, l'architecte Auguste Perret, responsable de la reconstruction du centre-ville, et ses élèves réunis au sein d'un atelier, firent alors faire appel au matériau de prédilection du maître en utilisant le béton dans des lignes aérées, harmonieuses et surtout innovantes. Le centre du Havre devient le premier ensemble urbain du milieu du XX<sup>e</sup> siècle inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, en 2005 (figure 44).

C'est le fait d'être patrimoine mondial, d'avoir une position géographique stratégique à l'embouchure de la Seine, et d'être au sein d'une région hautement touristique (figure 45), qui a permis au Havre de développer son pôle croisière.

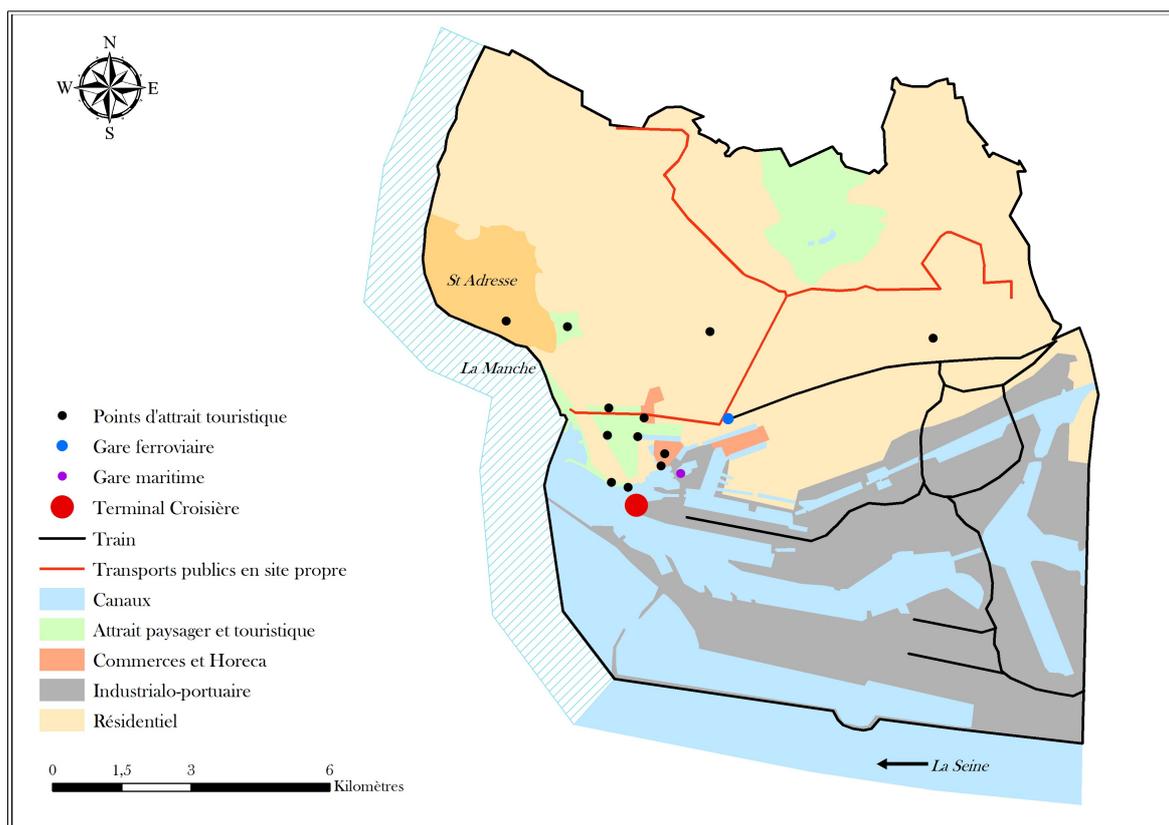


**Figure 45 : Le Havre au sein de la région normande**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAL-IDEES, 2014.**

*Cette figure présente la région environnante du Havre avec ses principaux axes autoroutiers de même que ces principaux cours d'eau à l'échelle du Nuts 3.*

Situé dans une zone à majorité industrialo-portuaire, le terminal se trouve face au centre-ville (figure 46). Toute la partie sud de la ville est occupée par le port et les différentes activités liées. On observe que le port occupe un territoire tout aussi important que la ville. Notons cependant que certains anciens espaces portuaires furent intégrés, après désaffectation, à l'espace urbain. La ville les utilisa pour revaloriser son patrimoine et développer de manière nouvelle son urbanité grâce à un transfert de propriété du port vers la ville. C'est le cas par exemple du quartier de l'Eure (localisé précisément sur la figure 47). Cet ancien quartier portuaire situé en ville basse, au sud des bassins Vauban, est

caractérisé par des docks, des entrepôts et des friches. Après de longues négociations, il fut transféré à la ville et transformé en habitations par la reconversion d'anciens bâtiments, complétés par de nouveaux immeubles. Des ensembles commerciaux et culturels ont également été mis en place tels que les Bains des docks, pensés par l'architecte Jean Nouvel, ou l'ensemble des Docks Vauban (centre commercial), Docks Café (salles pour congrès ou salons) ou Docks Océane (salle de spectacle).



**Figure 46 : La ville et le port du Havre**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

*La limite administrative choisie est celle de la commune du Havre. Notons cependant que la commune de Sainte-Adresse, encerclée par celle du Havre, a été intégrée comme faisant partie du district cartographié. Notons également que les espaces portuaires appartiennent au GPMH et non pas à l'autorité havraise.*

On note quatre espaces d'attrait touristique et paysager. Le premier correspond à l'ensemble urbain inscrit au patrimoine UNESCO, c'est-à-dire le centre-ville. C'est l'attrait

principal de la cité océane. Le deuxième espace est la plage et le front de mer. La plage de galets, avec ses cabanes typiques en bois, attire de nombreux touristes et offre une vue panoramique sur la ville. Les deux espaces suivants sont les Jardins suspendus et la forêt de Montgeon. Les Jardins suspendus, situés au nord-ouest sur la figure 47, sont l'une des attractions principales de la ville. Implantés sur le site de l'ancien-fort de St-Adresse, les jardins s'étendent sur une superficie de 10 hectares et offrent des points de vue sur la Manche, la ville du Havre et la baie de Seine. La forêt de Montgeon, localisée au nord sur la figure 46, est la plus grande aire de loisirs havraise avec ses 270 hectares. Elle offre des terrains de football, des aires de jeux et plusieurs circuits de promenade pédestre ou cycliste. N'étant pas localisés de manière ponctuelle mais sur une plus grande surface, ces deux éléments, bien que points d'attrait touristique, ont été intégrés aux espaces d'attrait paysager.

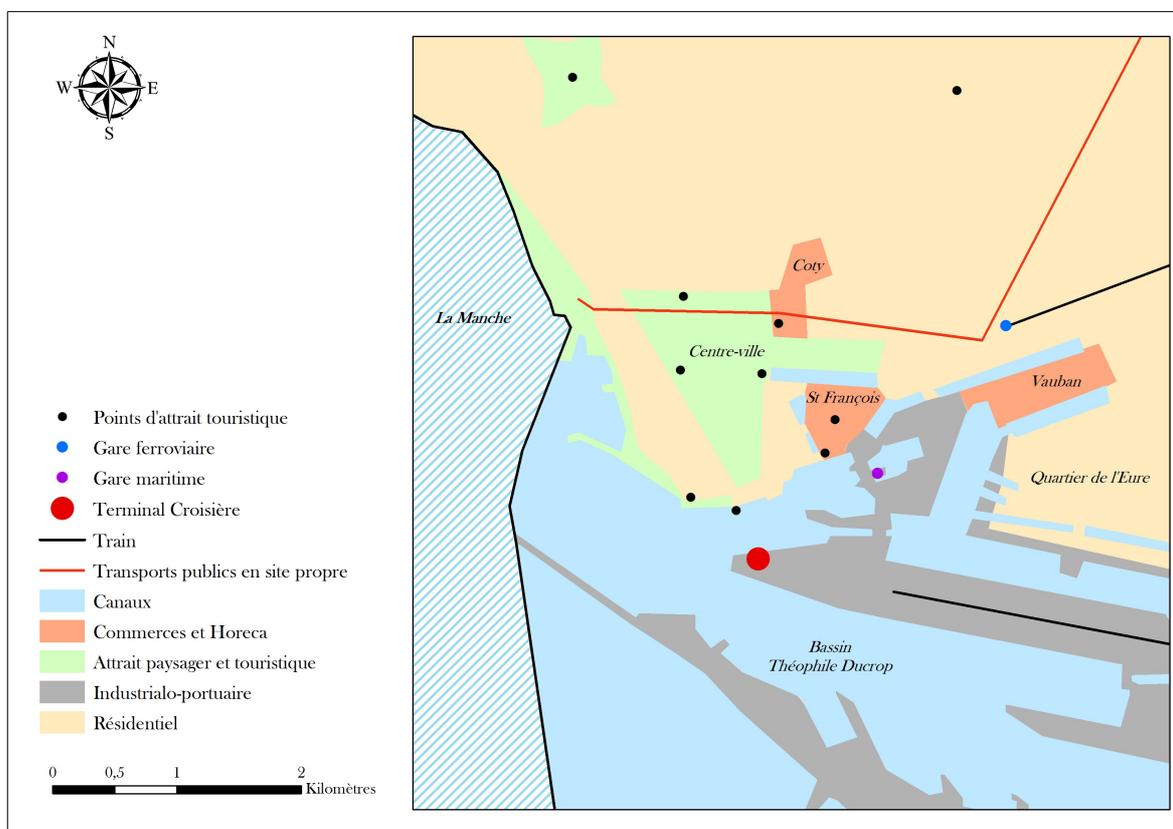
Enfin, les points d'attrait touristiques sont multiples et principalement localisés dans le centre urbain Auguste Perret dont on peut citer par exemple l'appartement témoin ou l'église St Joseph. On peut également citer le Musée Malraux qui est l'un des plus grands musées impressionnistes de France. Même le bâtiment au sein duquel le musée est installé est un symbole de lumière et de modernité.

Le réseau de transport de la ville du Havre, concernant les modes de transport en commun en site propre, apparaît comme peu dense. Les lignes de tramway, inaugurées en 2012, permettent de relier la ville haute à la ville basse et au front de mer. Nous notons cependant qu'aucune connexion n'est faite entre le centre-ville et le terminal croisière. Les lignes ferroviaires permettent une connexion directe avec Paris.

On peut observer trois espaces HORECA en orange sur la figure 47. Le premier correspond aux docks Vauban. Il s'agit d'un centre commercial installé dans d'anciens hangars portuaires rénovés. Le deuxième espace commercial correspond au quartier St François. Ce quartier est caractérisé par une forte concentration de petits restaurants dont plusieurs typiques normands ou bretons. Le troisième espace est celui du centre commercial René Coty.

Le terminal croisière du Havre (Figure 47) se trouve dans un espace à occupation portuaire mais se localise à proximité de la gare maritime assurant des liaisons sur Portsmouth. On observe qu'aucun aménagement spécifique pour les piétons en direction du centre-ville n'a été mis en place. Suite à cela, ils doivent marcher au bord même de la

chaussée en pleine zone portuaire comme l'illustre la figure 48. Cependant, une fois en zone urbaine, on constate que la ville a aménagé son front de mer, autant pour les piétons que pour les cyclistes (figure 48).



**Figure 47 : Le centre de la ville du Havre**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.**

*Cette figure correspond à un agrandissement de la figure 46 focalisée sur le centre-ville et une partie du port du Havre. On y observe le centre reconstruit Auguste Perret mais également les principaux espaces commerciaux, de même que la pointe de Floride qui accueille le terminal croisière.*

Le bâtiment du terminal à proprement parler est un ancien entrepôt portuaire rénové en 2003 dans le but de pouvoir accueillir des passagers de croisière. Mis aux couleurs des transatlantiques grâce à des photographies de l'époque à l'intérieur du bâtiment, il n'a cependant qu'un seul accès direct vers les deux quais principalement utilisés (accès au Quai Roger Meunier). Pour l'autre quai (Quai Pierre Callet), un autre entrepôt moins rénové propose quand même un stand d'informations touristiques et quelques artisans y vendent

leurs produits.

La ville du Havre possède des atouts spatiaux et territoriaux pouvant lui permettre d'accroître son activité croisière. Les politiques de développement pouvant être mises en place seront abordées dans le chapitre suivant.

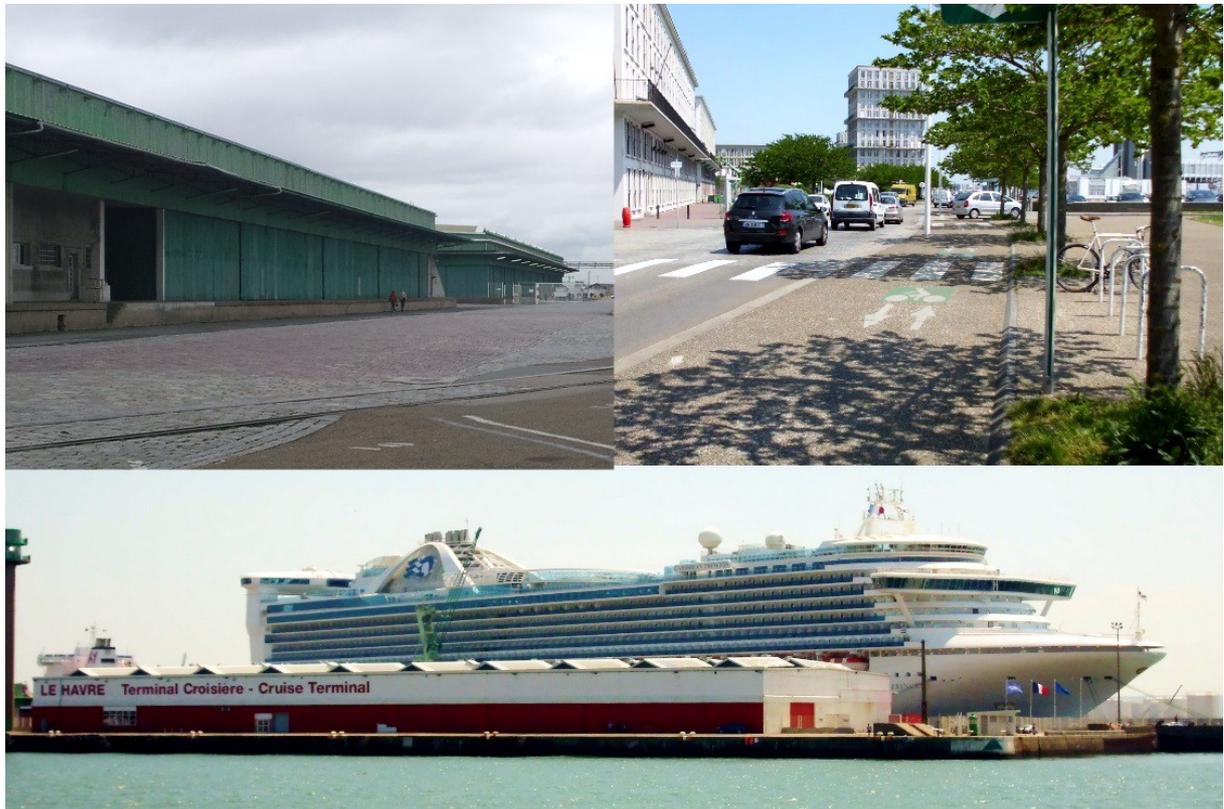


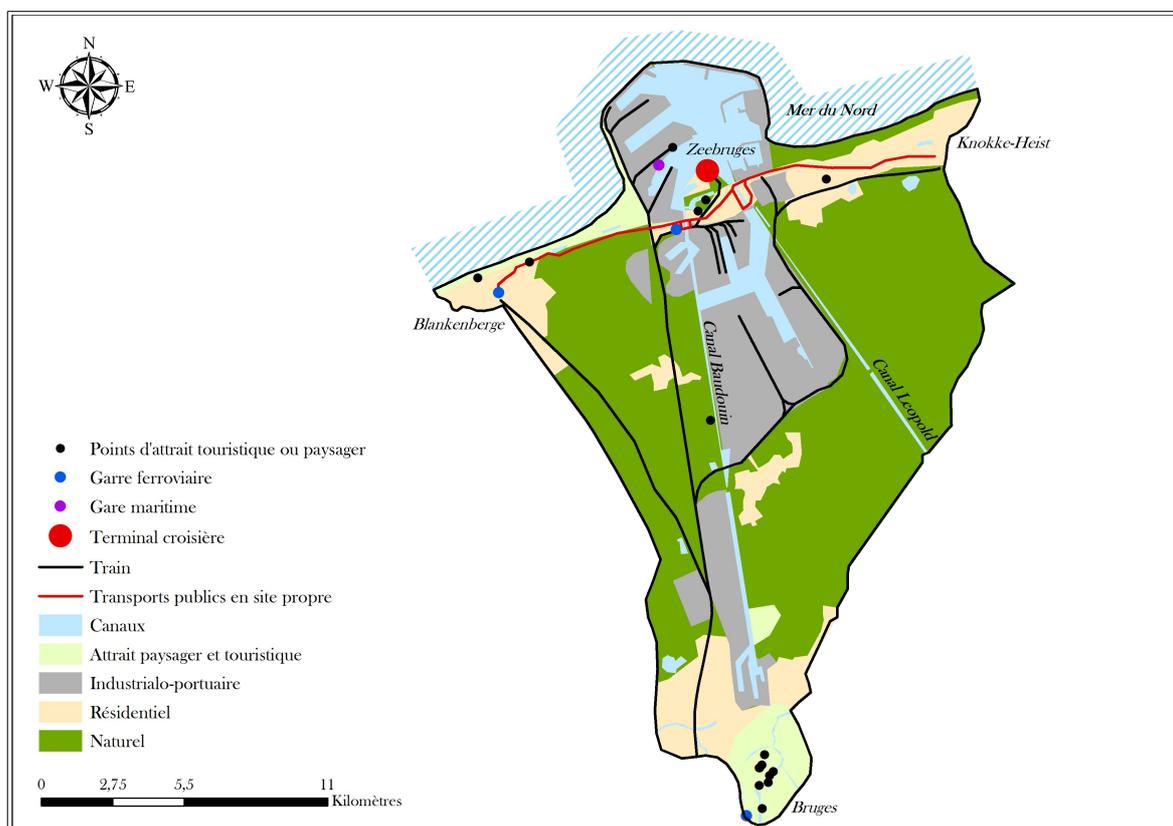
Figure 48 : Terminal croisière du Havre et aménagements urbains  
Crédits photos : Furlanetto G., 2012.

*Ces trois photos illustrent les relations entre la croisière et le centre urbain. La première photo, en haut à gauche, illustre le chemin d'accès pédestre entre le terminal croisière et le centre-ville. La seconde photo, en haut à droite, illustre des aménagements pédestres et cyclistes le long du front de mer à proximité de l'espace Graillot, hébergeant actuellement le Port Center. La dernière photo, en bas, est une vue du terminal croisière depuis le Port Center lors d'une escale d'un navire de la compagnie Princess Cruises.*

- Zeebruges

Le port de Zeebruges peut être considéré comme un avant-port. Fondé en 1907, les

terres portuaires sont annexées à la ville de Bruges dès sa création. Petit à petit, le village de pêcheurs s'agrandit quelque peu pour devenir une petite ville, mais fait cependant administrativement partie de l'entité de Bruges qui possède plus de 117 000 habitants au 1<sup>er</sup> juin 2014.



**Figure 49 : La ville, le port de Zeebruges et la ville de Bruges**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

*La délimitation du district à cartographier dans ce cas d'étude était beaucoup plus complexe que dans les autres cas. La ville de Zeebruges faisant directement partie de la commune de Bruges, les limites administratives englobent donc les deux villes. La proximité et le faible développement de Zeebruges nous ont cependant poussé à intégrer également la commune de Blankenberge et de Knokke-Heist.*

Comme on l'observe, les activités industrialo-portuaires occupent une partie de l'espace cartographié mais la majorité est plutôt occupée par des espaces dits naturels ou plutôt cultivés (prés ou champs) que sont les polders.

Une quinzaine de kilomètres sépare le port de la ville de Bruges. Celle-ci, considérée comme la Venise du Nord, est un des plus grands centre d'attrait touristique de la Belgique. On note une ligne de train reliant le centre urbain au port maritime et une ligne de tram longeant la côte. La majorité des points d'attrait touristique se trouve dans la ville de Bruges. Dès lors, les touristes prennent quasi tous automatiquement un car à destination de la ville classée au patrimoine de l'Unesco. L'espace entre les bassins portuaires et le centre urbain est principalement rural même si les alentours des canaux sont occupés par diverses industries.

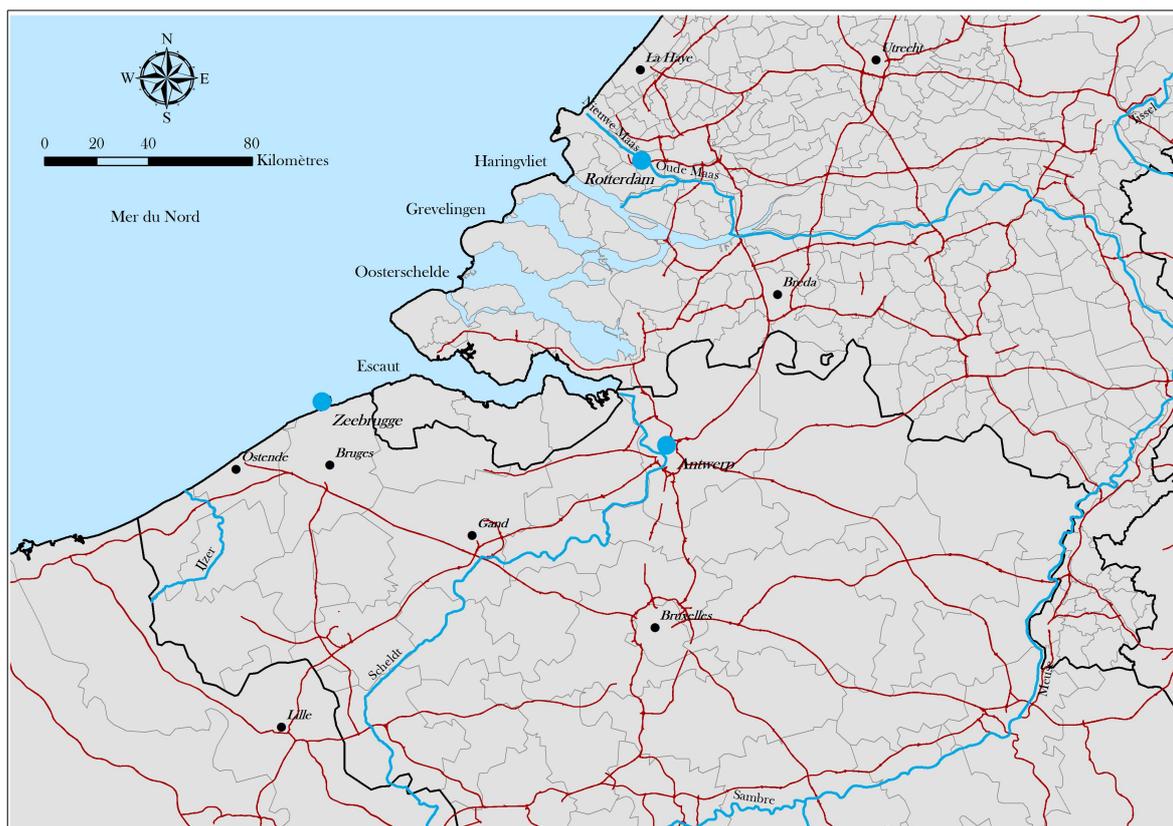


**Figure 50 : Projet du nouveau terminal croisière de Zeebrugge**  
**Sources : (Port of Zeebrugge, 2014)**

*Le port de Zeebrugge, pour répondre à l'offre grandissante de croisières, a décidé de construire un tout nouveau terminal dédié aux passagers de croisières. Celui-ci, situé aux abords du port de plaisance de la ville, proposera tous les infrastructures indispensables. Les photos présentées sont des simulations de ce que sera le terminal.*

Suite au trafic de passagers de croisière assez important, la ville de Zeebrugge a décidé d'investir 4 millions d'euros dans un nouveau terminal prévu pour 2015 (illustré à la

figure 50). Celui-ci est conçu pour permettre un flux aisé de 1500 passagers, de même que les infrastructures pour leur permettre d'embarquer avec leurs bagages dans le cas de départ d'itinéraires dans le port belge. Le port possède l'avantage, en plus de n'être qu'à 15 kilomètres de la ville de Bruges, de pouvoir offrir un très fort tirant d'eau (16,5 m) et donc aucune restriction quant à la taille du bateau (Port of Zeebrugge, 2014).



**Figure 51 : Zeebruges, Anvers et leur région avoisinante**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.

*Cette figure présente la région environnante de Zeebruges et d'Anvers avec ses principaux axes autoroutiers de même que ces principaux cours d'eau à l'échelle du Nuts 3.*

De nouvelles infrastructures étant actuellement en cours de construction, il est plus délicat de faire une analyse correcte de la cartographie de la ville de croisière. Il reste néanmoins la particularité de Zeebruges d'être un avant-port plutôt qu'une ville portuaire à proprement parler. Pour pouvoir comparer ce port aux autres ports de notre étude, il

faudrait que la ville de Bruges possède des frontières géographiques directes avec le port maritime et soit donc une ville de bord de mer. De plus, la faible distance entre les deux ports belges de notre étude peut entraîner une concurrence assez forte.

- Anvers

Anvers est la commune la plus peuplée de Belgique avec ses 510 610 habitants<sup>7</sup> et l'arrondissement anversoïse compte plus ou moins autant d'habitants que la région de Bruxelles-Capitale. Notons ici la particularité de la capitale belge. Bruxelles-Capitale est composée de 19 communes dont la commune de Bruxelles comportant 170 407 habitants<sup>6</sup>. L'ensemble des communes bruxelloises rassemblées, il va de soi que la région de Bruxelles-Capitale est l'arrondissement le plus peuplé du pays avec 1 163 000 habitants<sup>6</sup>. La ville d'Anvers a eu, dans son passé, une importance considérable pour la Belgique, et bien avant pour l'Europe. Son port est l'un des ports les plus importants en Europe et se classe dans les vingt premiers ports mondiaux (19ème mondial au classement AAPA). La ville ne peut se dissocier de son activité économique principale.

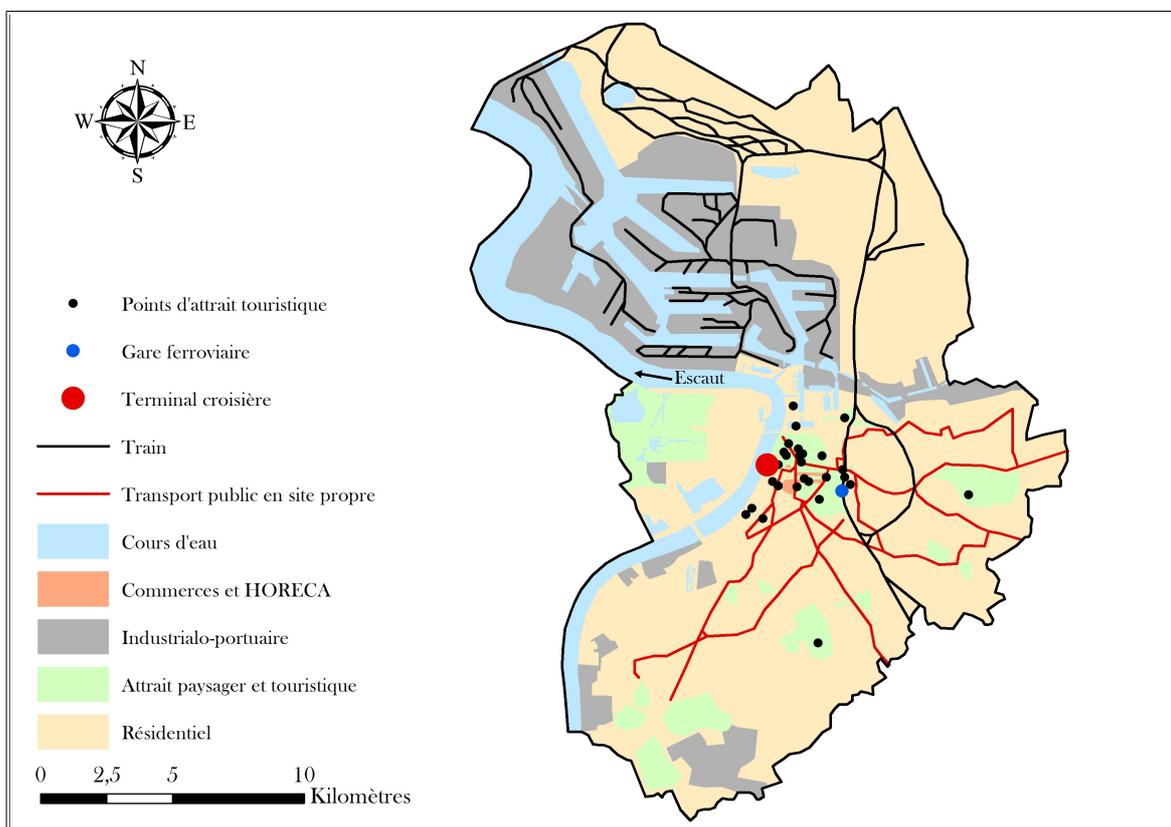
L'espace territorial de la municipalité d'Anvers, illustré par la figure 52, peut être divisé en deux parties. La partie nord, en aval du fleuve, bien drainée par le réseau ferroviaire, est principalement caractérisée par une occupation industrialo-portuaire. La partie sud, plus en amont du fleuve, est drainée par les transports publics en site propre tels que le tram et le métro pour permettre la circulation des personnes au sein de l'ensemble urbain. Notons également que la ville possède son propre service de vélo en libre accès. Cette partie est surtout occupée par la fonction résidentielle mais également par le centre urbain et commercial. De manière à mieux visualiser cette partie, une cartographie à échelle plus fine a été réalisée et est présentée à la figure 54.

Le terminal croisière de ce port d'escale se trouve en dehors de l'espace portuaire (comme des quais commerciaux par exemple). Il est localisé à proximité de la ville, permettant de cette manière une liaison piétonne directe vers les points d'attrait touristique. Cette situation permet également de valoriser l'image des croisières auprès des populations locales en leur offrant la possibilité d'admirer ces grands paquebots. En effet, comme Londres ou Barcelone, Anvers tente de valoriser ses docks. La croisière est l'une des manières de revaloriser l'image du port auprès des habitants. Sur le plan technique, le

---

<sup>7</sup> Source : (SPF Economie, 2014)

terminal possède la particularité d'avoir une passerelle pouvant s'adapter aux marées de manière à assurer une sécurité optimale lors de l'embarquement ou du débarquement des passagers, peu importe les conditions météorologiques. Il reste néanmoins que le terminal n'accueille actuellement que des navires ayant une capacité inférieure à 1500 passagers.



**Figure 52 : Le port et la ville d'Anvers en vue globale**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.**

*La limite choisie ici est la limite administrative de la commune d'Anvers.*

La ville d'Anvers se caractérise par un centre urbain classé comme espace d'attrait paysager et touristique et dont fait partie la célèbre grand-place (figure 53). Le terminal croisière se trouve juste en bordure Ouest de cet espace, sur le fleuve. En bordure Est de cet espace, on peut observer la gare ferroviaire. Celle-ci joue un rôle capital dans le réseau ferroviaire à grande vitesse européen. C'est le passage par cette gare qui permet de relier Bruxelles à Amsterdam en grande vitesse. De plus la gare d'Anvers est considérée comme l'une des plus belles gares au monde et est donc de la sorte un point d'attrait touristique.

C'est dans l'objectif de préserver ce bâtiment que le projet d'un passage sous la ville de la liaison ferroviaire entre la Belgique et les Pays-Bas fut élaboré.

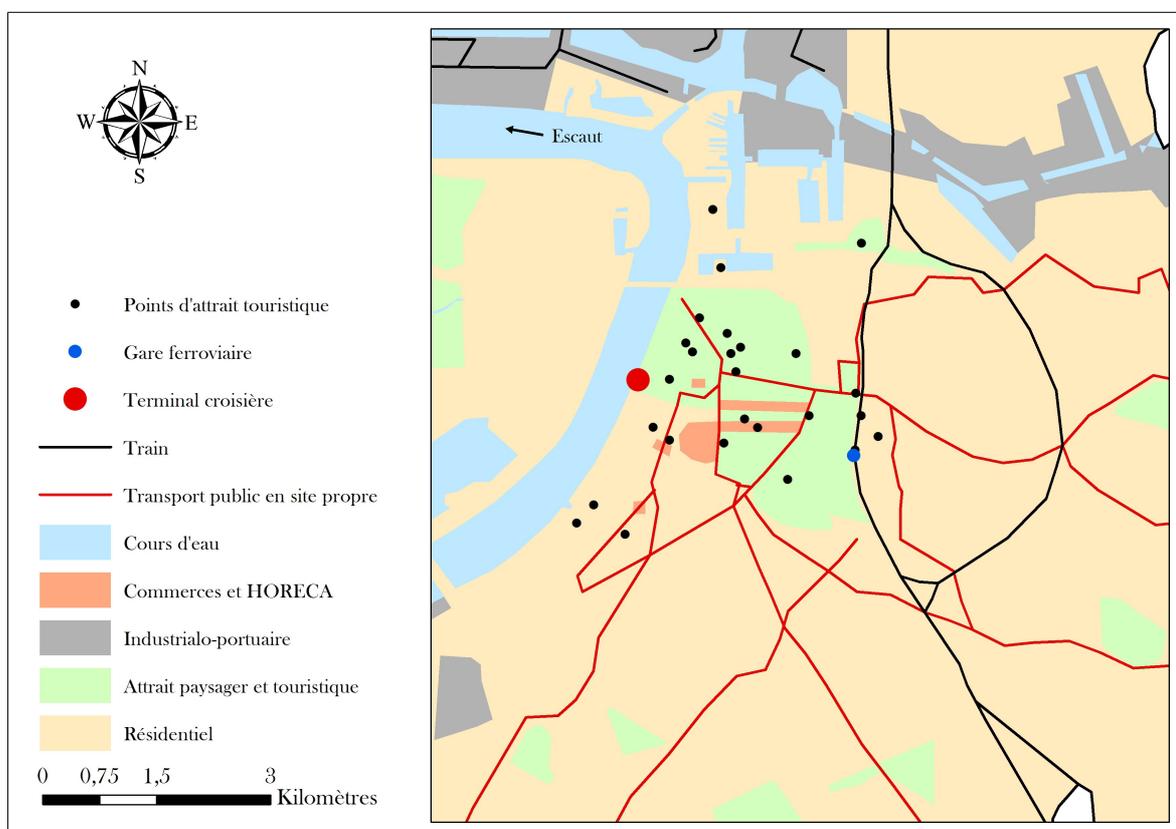


**Figure 53 : Centre-Ville d'Anvers**  
**Crédits photos : Furlanetto G., 2013**

*La photo de gauche présente la gare d'Anvers-Central. Elle est souvent présentée comme la quatrième plus belle gare au monde après St Pancras à Londres, le Grand Terminal Central à New York et la gare de Bombay. La photo de droite illustre la grand-place d'Anvers. Au centre, on observe notamment la fontaine Brabo, soldat romain ayant jadis tué le géant Druon Antigone. La grand-place accueille aussi l'hôtel de ville, bâtiment de la renaissance, non visible ici sur la photo, mais également de nombreux cafés et restaurants, et en hiver, un marché de Noël et une patinoire. La grand-place se trouve à cinq minutes à pied du terminal croisière.*

La majorité des attractions touristiques se situe dans le centre urbain sur un axe longeant le fleuve, axe également parcouru par des transports publics en site propre. On peut y citer la maison de Rubens, le musée Plantin-Moretus, les musées du diamant, de la photographie ou encore de la mode. La ville compte aussi de nombreuses églises telles que la cathédrale Notre-Dame, l'église St-Charles-Borromée dans laquelle se trouvent de nombreuses peintures de Rubens, l'église St André abritant une chaire reconnue, ou enfin l'église St-Paul décorée d'orgues, de plusieurs statues et tableaux. Plusieurs bâtiments historiques font également partie du patrimoine de la ville comme l'hôtel de ville, le palais royal situé sur la Meir, la gare centrale. La ville propose également des visites touristiques

du port en bateau permettant d'admirer de magnifiques points de vue sur l'Escaut et de valoriser le patrimoine portuaire.



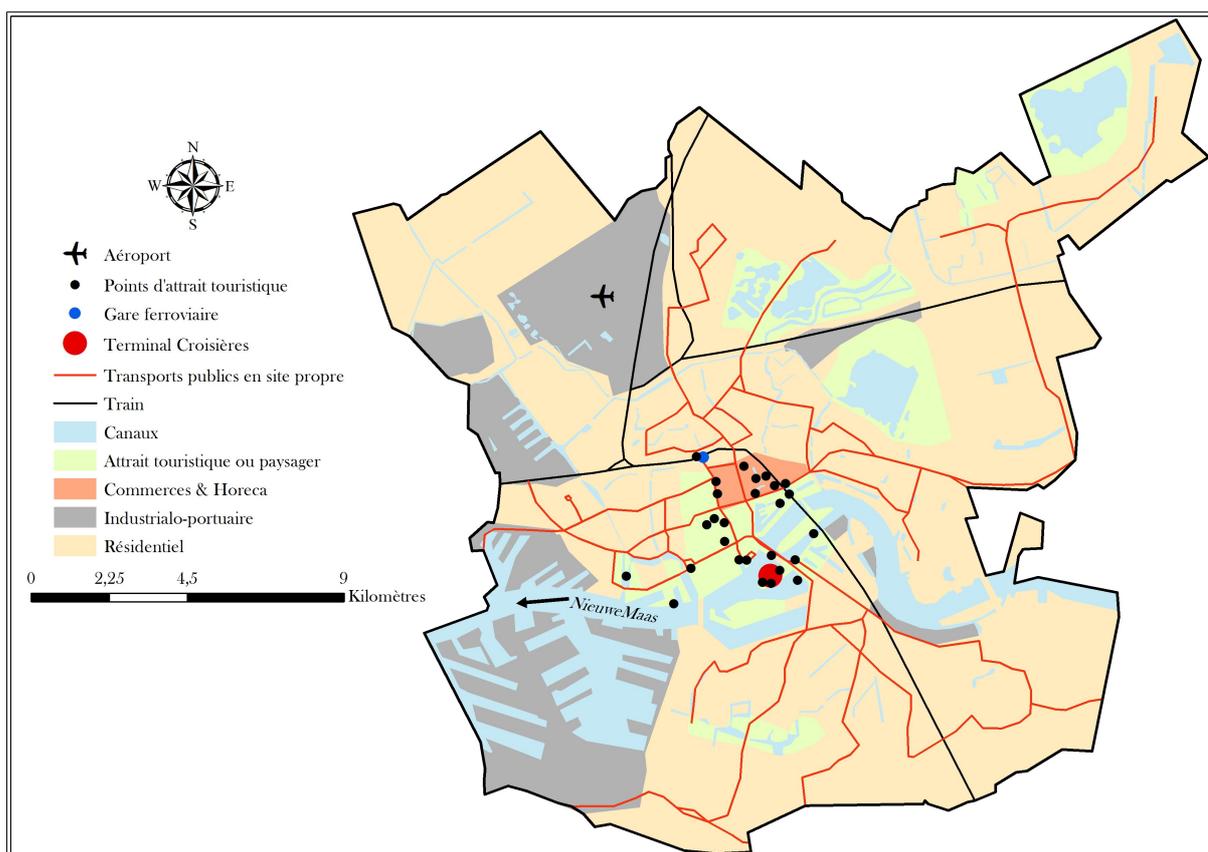
**Figure 54 : La ville et le port d'Anvers en vue locale**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

Plusieurs espaces commerciaux peuvent être observées. Même si les commerces et Horeca se retrouvent un peu partout dispersés dans la ville, on observe une plus forte concentration dans ces espaces dont notamment le Meir, la plus grande rue commerçante de la ville. La ville d'Anvers est surtout connue pour son commerce de diamants. Concernant les établissements de restauration, de nombreux bars et boîtes de nuit attirent la population locale ou en visite le long des rives de l'Escaut.

- Rotterdam

Rotterdam est la seconde ville des Pays-bas, juste après Amsterdam. Elle compte environ 618 000 habitants et fait partie de la Randstat hollandaise, c'est-à-dire la

conurbation entre Amsterdam, Utrecht, La Haye et Rotterdam (figure 57). Cet espace urbain forme un cercle autour d'un espace vert de caractère rural, appelé le Groene Hart, soit le cœur vert. Situé à l'embouchure de la Meuse et du Rhin, la ville a une position géographique idéale pour son développement portuaire et industriel. C'est d'ailleurs la première zone industrielle du pays, le premier port d'Europe et le quatrième port mondial.



**Figure 55 : La ville et le port de Rotterdam**  
Réalisation : FURLANETTO G., CIRTAI - IDEES, 2014.

*La limite du district telle qu'établie sur la carte est celle de la commune de Rotterdam.*

Comme l'illustre la figure 57, Rotterdam se situe sur l'embouchure de deux fleuves : la Meuse et le Rhin. Légèrement en aval sur le fleuve, les rives permettent le développement des infrastructures portuaires. Celles-ci se situent donc à l'ouest du centre urbain et augmentent leur surface de contact avec l'eau grâce à la mise en place de nombreux canaux. Certains d'entre-eux sont visibles au sud-ouest du centre urbain. On

observe également quelques autres espaces industriels plus vers le nord-ouest dont un sur lequel a été indiqué l'aéroport de Rotterdam-La Haye.

Le centre urbain de Rotterdam est totalement différent de celui d'Amsterdam. La ville peut se targuer d'être un concentré d'architecture moderne. Innovante et originale, ce sont ces bâtiments modernes qui attirent la curiosité du public. On peut par exemple observer des maisons cubiques (illustré ici en figure 56) ou la toute nouvelle tour construite à côté du terminal croisière.



**Figure 56 : Maisons cubiques dans le centre de Rotterdam.**  
Crédits photos : Furlanetto G., 2009.

*Les maisons cubiques de Rotterdam furent dessinées par Piet Blom en 1984. Celles-ci représentent chacune un arbre pour que l'ensemble du lotissement illustre une forêt. La plupart d'entre elles sont privées mais l'une d'entre elle est ouverte au public. Elles sont l'exemple concret de l'architecture moderne très présente dans la ville.*

La ville est ici construite comme une ville américaine avec des quartiers à vocation spécifique car elle fut reconstruite après 1945. Onze quartiers peuvent être distingués au sein du centre-ville, deux d'entre-eux sont des quartiers voués au shopping, trois sont voués au patrimoine historique ou moderne, trois sont des quartiers dits culturels mélangeant de nombreuses cultures propres aux villes portuaires, trois quartiers sont à vocation plus maritime. Tous ces quartiers présentent un intérêt touristique et paysager et ont donc été

cartographiés comme tels. Les deux quartiers commerçants ont quant à eux été cartographiés dans la catégorie commerces et Horeca. En effet, la ville hollandaise se vend à l'étranger comme une ville de shopping présentant un éventail large de styles et de boutiques. Le nord de la ville présente également plusieurs espaces dits plus naturels présentant un attrait paysager. Ces espaces permettent d'être un poumon pour une ville orientée vers son industrie portuaire mais également une aire de détente pour les habitants et les touristes de passage.



**Figure 57 : Les ports d'Amsterdam, IJmuiden et Rotterdam au sein de leur arrière-pays**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.

*Cette figure présente la région environnante des ports de Rotterdam, Amsterdam et IJmuiden avec ses principaux axes autoroutiers de même que ces principaux cours d'eau à l'échelle du Nuts 3.*

La ville est très bien drainée par un réseau de transports dont notamment un réseau de lignes de métro connectant le centre-ville aux frontières du district urbain. Ce réseau est composé de cinq lignes et est l'un des plus anciens du Benelux. La ville possède également

un tramway entré en service il y a plus de 100 ans. Ce tramway permet de compléter le réseau public souterrain. Plusieurs lignes de train permettent de relier le premier port européen avec les zones industrielles et les autres principales villes des Pays-Bas. Une des lignes permet d'accéder à l'aéroport international à une fréquence d'une fois toutes les trente minutes. La gare centrale, gare unique de la ville, vient d'être rénovée et fut inaugurée en mars 2014.

Le terminal croisière, situé en rive sud de la ville, offre une vue sur tout le centre-ville de Rotterdam. Il fait partie du quartier du Kop Van Zuid, ancien espace portuaire abandonné au profit de la ville qui en profita pour re-dynamiser son centre urbain. À proximité d'une station de métro et disposant de facilités pour les taxis et les autocars, le terminal est également connecté avec des taxis maritimes. Cette facilité d'accès permet aux touristes de facilement se rendre en visite dans le centre-ville ou ses alentours. Il a également été rénové récemment de manière à pouvoir accueillir un hall à bagages dans le cas d'embarquement au sein du port lorsque celui-ci est tête de ligne d'itinéraires.

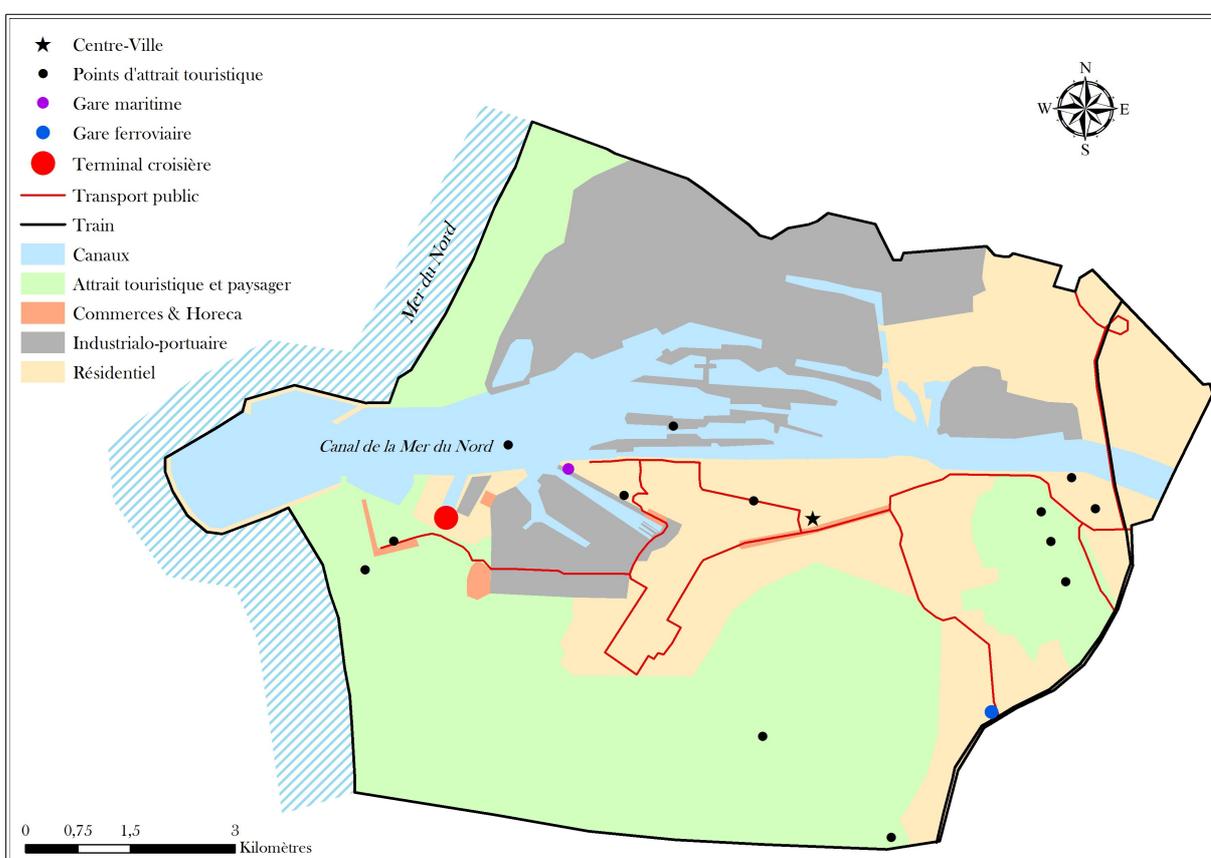
On constate que Rotterdam bénéficie d'un aéroport au sein même des limites de sa commune. Cependant, l'aéroport de Rotterdam-La Haye est un aéroport de moindre importance que celui de Schipol et est principalement à portée européenne. Une liaison autoroutière directe permet de relier le port au premier aéroport du pays. Il reste néanmoins que très peu de départs d'itinéraires de croisières se font au départ du port de Rotterdam. La connexion aérienne de la ville est donc de moindre importance que dans le cas d'une tête de ligne.

La seconde ville du pays présente bien des atouts pour le développement de la croisière. Celui-ci, relativement récent (seulement moins de 20 escales de navires en 2010), va sans doute connaître une croissance fulgurante au sein de la rangée portuaire. On observe une croissance de 20 000 passagers en trois ans seulement entre 2010 et 2013. Reste la question de savoir si cette croissance se fera en défaveur des autres ports du pays ou des pays avoisinants ou si la croissance du secteur sera suffisante pour accroître le trafic de chacun des ports de la rangée.

- Ijmuiden

La ville d' Ijmuiden est une petite ville de Hollande septentrionale de 28 600

habitants. Quatrième port du pays, le port se localise en front de mer, à l'embouchure du canal de la mer du nord reliant le fleuve IJ à la mer du nord (figure 57). Il représente un accès navigable plus rapide entre les eaux maritimes et la ville d'Amsterdam. L'accès maritime navigable à la capitale est même mis en avant grâce à un service de navettes maritimes. La croissance de la population urbaine aidant, la ville est devenu au fil des ans une station balnéaire. Cependant, la ville n'en est pas très touristique pour autant. Sur le plan portuaire, le port s'est spécialisé dans la pêche dont principalement la pêche au hareng et également dans la sidérurgie.



**Figure 58 : La ville et le port d'IJmuiden**  
**Réalisation : FURLANETTO G., CIRTAI - IDEES, 2014.**

*Les limites du district sont ici plus larges que la limite administrative notamment à l'est de manière à pouvoir intégrer la ligne ferroviaire et la gare de Driehuis. La limite a alors été étendue jusqu'à l'autoroute.*

Contrairement aux autres ports de notre étude, la ville d' Ijmuiden ne présente pas une scission claire entre les activités portuaires et la fonction résidentielle même s'il apparaît que la rive nord est plus fortement industrialisée que la rive sud. La traversée maritime de la ville se fait grâce de nombreuses écluses jouant également le rôle de pompage. Une nouvelle écluse est même en projet de manière à pouvoir faire passer les plus gros bateaux embouteillant les autres écluses. La station de pompage a pour but d'éviter que les eaux saumâtres venant de la mer de nord ne s'infiltrent dans les terres agricoles plus à l'est. Elle permet également de drainer les eaux des polders et de la sorte de diminuer le risque d'inondation.

Trois zones d'attrait touristique apparaissent sur la figure 58. Ces zones correspondent majoritairement à des zones naturelles. Toute la partie sud est en effet une zone naturelle protégée et englobe également le village de Santpoort. Les grandes plages de sable de la commune sont également intégrées à ces zones touristiques (figure 59). La ville d' Ijmuiden a profité de ces plages pour développer son économie touristique en mettant en place un tout nouveau complexe construit autour de la marina. Celui-ci propose des hôtels, des restaurants, des petits commerces et bien évidemment l'accès à la plage. Le tout est relié au centre-ville grâce à une ligne de bus. Différentes activités de loisirs sont également proposées en haute saison telles que du trampoline, des sports d'eau ou éolien (planche à voile, *wind surf*), de l'escalade, ... Les espaces commerciaux sont par contre peu nombreux au sein de la ville maritime. Hormis les commerces présents dans la marina, seule une rue commerçante au centre de la ville peut être observée.

Ijmuiden est une petite ville, dès lors, son réseau de transport n'est pas du même acabit que celui de plus grandes villes comme Amsterdam ou Rotterdam. Seule une ligne de train dessert la commune mais la gare y est fortement excentrée en étant placée à Driehuis, au sud-est de la zone urbaine. Les transports urbains ne sont représentés que par quelques lignes de bus. Néanmoins, la ville présente la particularité d'avoir des navettes maritimes rapides la reliant à Amsterdam mais également une ligne de ferry régulière vers Newcastle. Elle est également desservie par des circuits cyclistes (figure 59).



**Figure 59 : Plage et pistes cyclables à Ijmuiden**  
**Crédits photos : Furlanetto G., 2013**

*La photo de gauche illustre une des plages de la commune. Elle offre des petits cabanons de plage privés. La photo de droite illustre les aménagements cyclistes très présents dans le pays. La route photographiée ici est la route d'accès au Felison Cruise Terminal.*

Malgré sa faible attractivité, quelques points d'attrait touristique peuvent être notés. On peut observer des vestiges de la ligne de défense d'Amsterdam notamment à Forteiland. La ville offre également quelques beaux manoirs et plusieurs parcs. À la frontière sud de l'espace cartographié, on peut également noter le château de Brederode, château en ruine devenu musée. La station de pompage près des écluses peut aussi être visitée.

On constate que le terminal croisière se trouve dans l'entrée du port de manière à bénéficier des eaux profondes. Relativement récent, le terminal propose toutes les facilités nécessaires à l'embarquement de passagers au départ d'itinéraires (13 744 passagers en 2013) ou tout simplement à l'accueil de ceux-ci en escale (50 183 passagers en 2013). Grâce à un parking sécurisé, il permet aux passagers de laisser leur véhicule mais également aux autocars de se garer sans encombrer la circulation. Le terminal se trouve cependant dans un espace dont la fonction dominante est plutôt industrielle. La photo de droite de la figure 59 nous illustre le chemin d'accès du terminal vers le centre-ville. Même si une digue piétonne aménagée permet aux touristes de ne pas se trouver sur la chaussée, celle-ci devient après un kilomètre un simple trottoir avec piste cyclable en pleine zone

industrielle.



**Figure 60 : Le Felison Cruise Terminal d'IJmuiden**  
Crédits photos : Furlanetto G., 2013.

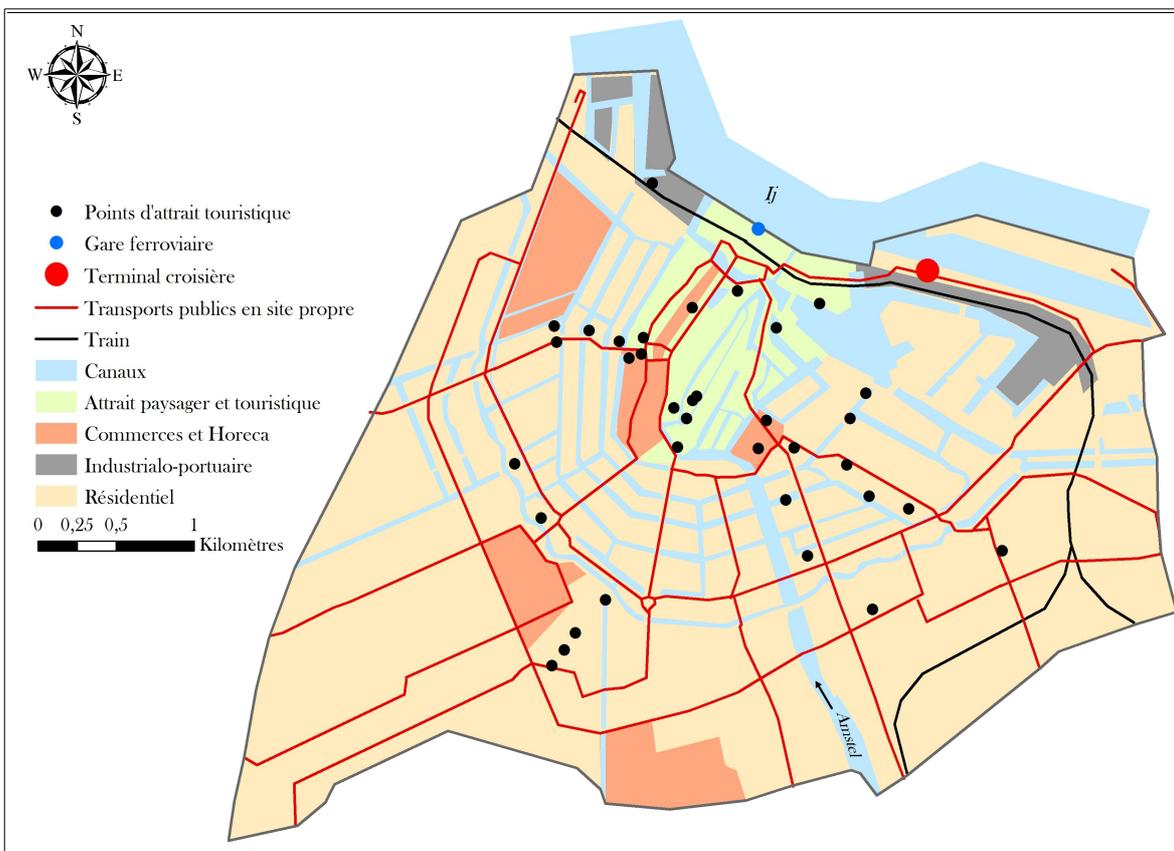
*Les deux photos présentées ici illustrent le Felison Cruise Terminal. La photo de gauche présente le bâtiment. La photo de droite illustre la salle à l'intérieur du terminal avec l'établissement de petite restauration en arrière plan. Cette salle propose également un accès wifi.*

Au niveau régional (figure 57), on constate clairement qu' IJmuiden peut être considéré comme l'avant-port d'Amsterdam (comme l'est celui de Zeebruges pour Bruges) car même si le canal est artificiel, le port d' IJmuiden est en aval d'Amsterdam. À une demi-heure de route de la capitale et de l'aéroport international de Schipol, des navettes sont même mises en place pour relier le hub aéroportuaire au terminal croisière. Peu attractive en elle-même, la ville propose cependant des points touristiques plus attrayants dans sa région tels que la ville d' Haarlem, les jardins de tulipes (Keukenhof), ou tout simplement des balades champêtres dans les polders.

- Amsterdam

Le port d'Amsterdam est caractérisé, contrairement aux autres ports de notre étude, par le fait qu'il est associé à une ville hautement touristique et reconnue internationalement, entre autres pour cette raison. C'est également la capitale du pays même si le siège administratif est installé à La Haye. Son centre-ville est de plus inscrit au patrimoine de

l'Unesco. Il paraît alors ici important de noter que les aménagements touristiques ne sont pas spécifiques au secteur croisière (à l'exception du terminal bien sûr).



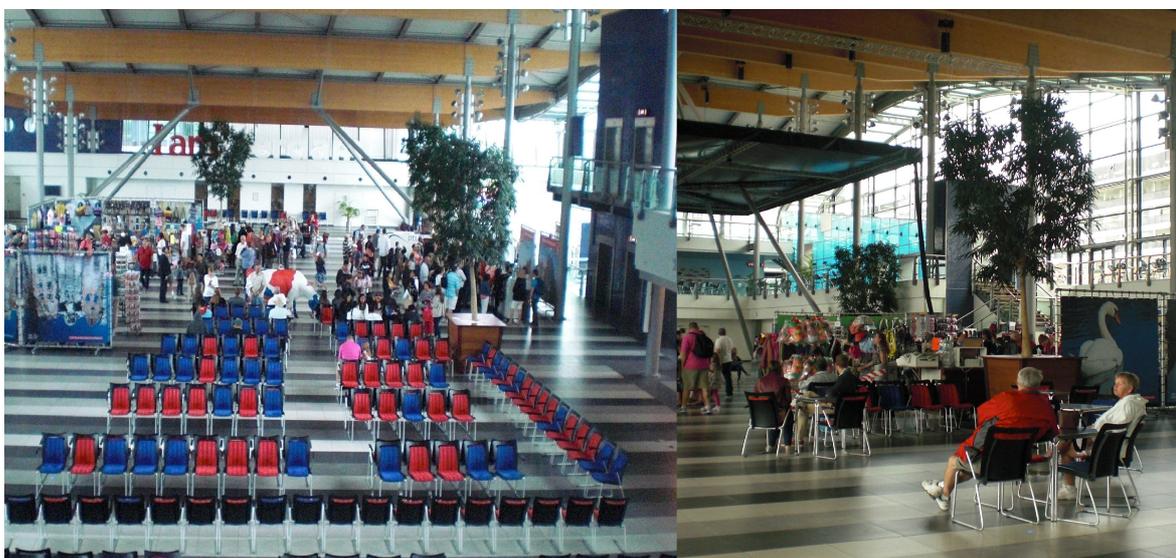
**Figure 61 : La ville et le port d'Amsterdam**  
 Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.

*Les limites sélectionnées sont délimités à l'ouest par le Kostverlorenvaart, au sud par le Amsteelkanaal et le Ringvaart. Enfin, à l'est et au nord, la ville est délimitée par l'IJ. Ces limites ne correspondent pas aux limites administratives mais permettent d'intégrer les principaux attraits de la ville.*

La figure 61, ci-dessous, est la cartographie du centre d'Amsterdam résultant des observations de terrain. Tout d'abord notons que le terminal croisière est positionné très près du centre-ville et qu'un accès pédestre sécurisé a été mis en place. En effet, il suffit de 800 mètres à pied pour rejoindre la gare centrale d'Amsterdam ou les premiers canaux concentriques classés à l'Unesco. Nous avons également pu observer que le terminal croisière a été intégré à un ensemble multifonctionnel regroupant le centre des autorités

responsables de la croisière, un hôtel, mais également un centre de réunions et de spectacles. Le terminal sert aussi de salle pour divers événements lorsqu'il n'accueille pas de passagers de croisière. Ceci fut possible grâce à l'inauguration d'un terminal neuf, spacieux et multifonctionnel (figure 62) en 2012, possédant un parking souterrain facile d'accès et directement connecté aux transports en commun.

La figure 61 illustre clairement le réseau de transport de la ville d'Amsterdam. On y observe que la ville a en majorité investi dans des transports publics en site propre (tramway et métro), ce qui permet de ne pas engorger les rues assez étroites du centre-ville avec des bus. Le pôle croisière est directement connecté à la ville par le tramway. En effet, un arrêt se trouve juste à la sortie du terminal. Un poste d'accostage des navettes fluviales se trouve également à proximité et permet de se déplacer sur le réseau de canaux du centre-ville. Le réseau transport est assez dense dans le centre-ville mais permet surtout d'atteindre l'ensemble des attractions touristiques avec aisance car celles-ci se trouvent à proximité, ou sur, une ligne de tram/métro. Ensuite, concernant l'accessibilité de la ville, la figure 57 nous indique que le terminal est directement connecté à l'aéroport de Schiphol par train via la gare centrale ou par autoroutes.



**Figure 62 : Intérieur du Passenger Terminal Amsterdam (PTA)  
Crédits photos : Furlanetto G., 2013**

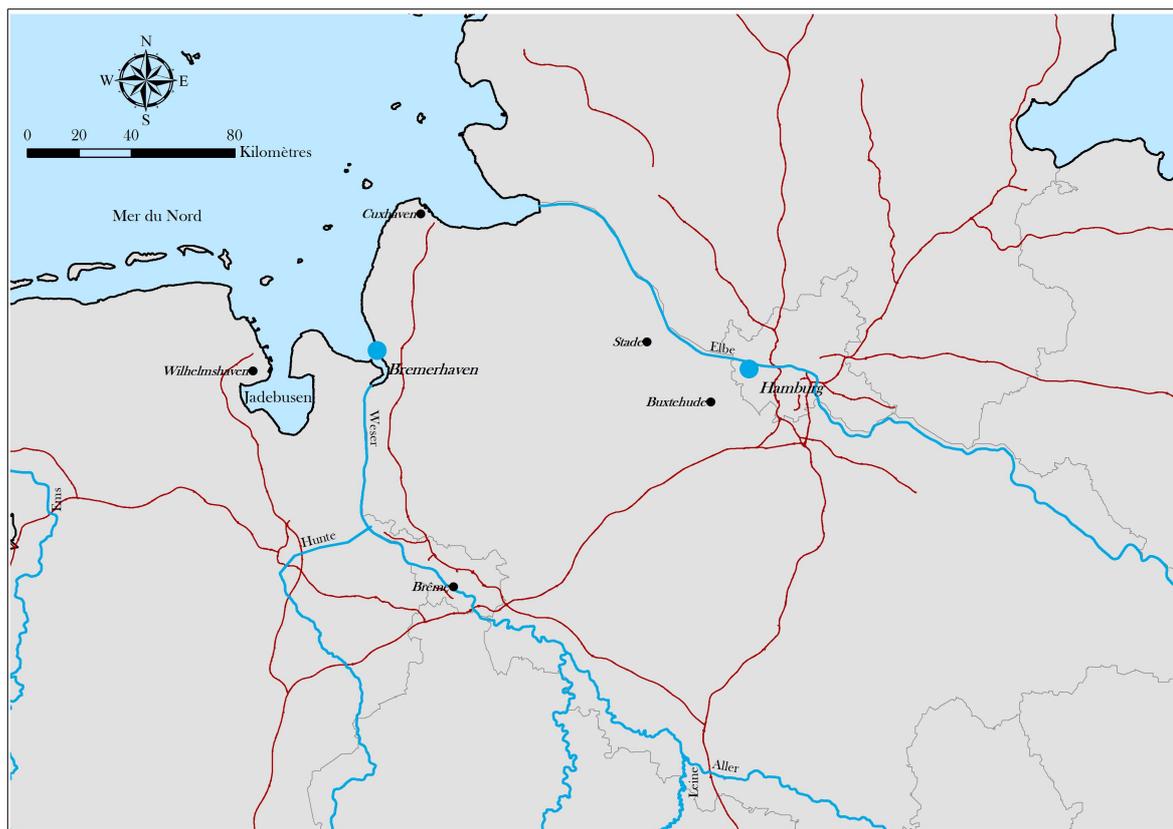
*Les deux photos présentées ici illustrent l'intérieur du terminal croisière d'Amsterdam. Elles montrent le salon d'attente avec en arrière plan une échoppe de souvenirs. Plusieurs photographies à l'intérieur du terminal présentent les facteurs d'attrait de la Hollande.*

Enfin, les espaces d'attractions s'analysent différemment selon leur rôle. Tout d'abord, on observe un seul espace d'attrait touristique et paysager s'étendant sur tout le centre-ville d'Amsterdam avec ses canaux et ses maisons typiques. Cet espace est majoritairement piéton et endosse également la fonction de commerces et HORECA. D'autres espaces se caractérisent par contre par une priorité de cette fonction HORECA sur d'autres fonctions. Certains d'entre-eux se trouvent à proximité des attractions touristiques. Ensuite, les espaces industrialo-portuaires se trouvent en bordure des limites administratives du centre d'Amsterdam ou en dehors. Le port industriel d'Amsterdam se trouve à l'ouest du centre-ville, c'est-à-dire en aval du canal, en direction d' Ijmuiden.

- Bremerhaven

La ville de Bremerhaven n'est pas une ville à haut potentiel touristique mais elle a su développer son front de mer pour attirer les curieux de passage. Avant-port de Brême, le port de Bremerhaven a une grande tradition de construction de navires comme du commerce de pêche. L'entrée de la ville portuaire dans le XXI<sup>e</sup> siècle fut facilitée grâce à l'intégration de la croisière mais surtout au développement du tourisme. La ville a mis son héritage en avant en mettant en place différents musées, tous en lien avec son passé maritime.

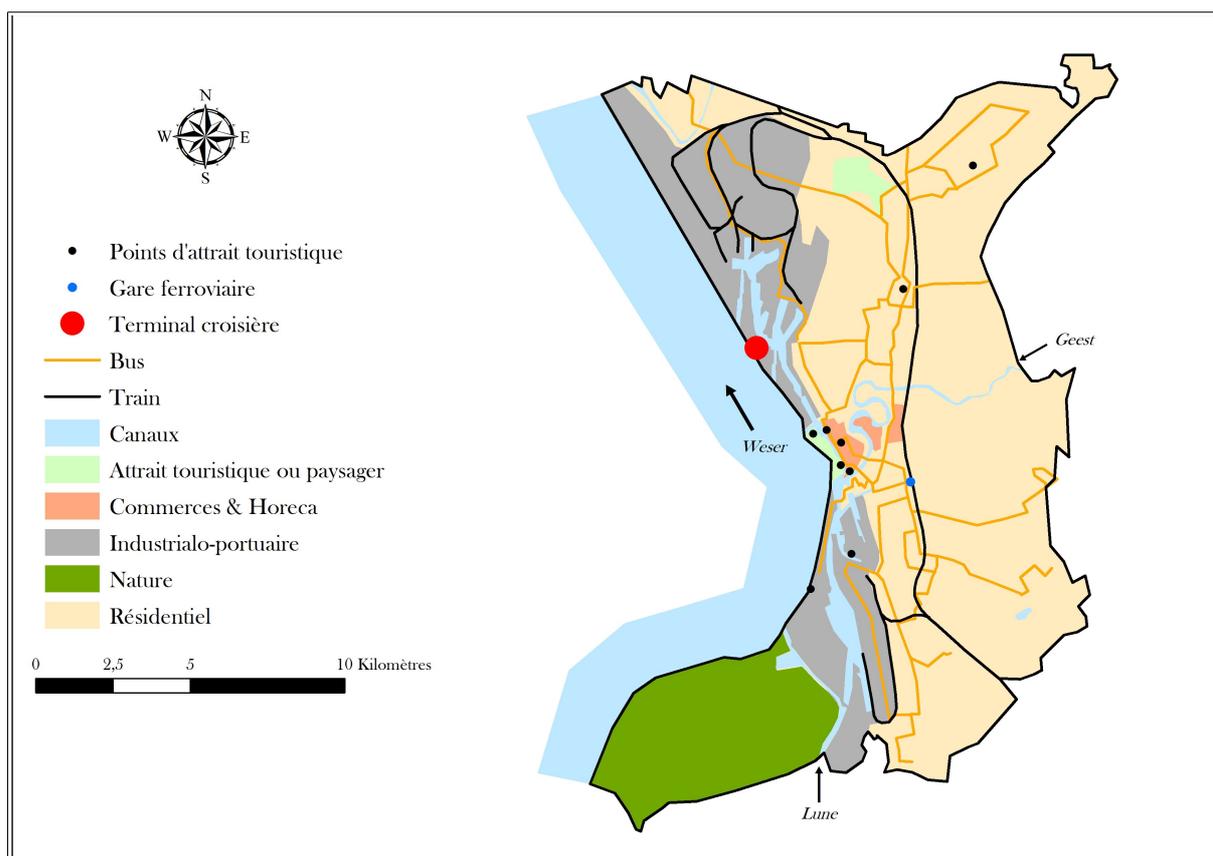
On observe tout d'abord que de nombreux canaux s'étendent sur le même axe que celui du front de mer. Ils permettent d'augmenter la surface de contact avec la mer et donc de la sorte les kilomètres de quais. Certains sont des bassins historiques pour les anciens bateaux de pêches ou voiliers, d'autres sont par contre voués aux navires contemporains comme les porte-conteneurs. On observe, qu'aux alentours de la plupart de ces canaux, les espaces sont à vocation majoritairement industrielle et portuaire. En effet, toute la partie au sud du centre-ville est vouée à l'industrie du poisson via l'installation de plusieurs lignes de production telle qu'Igloo. L'IMARE (*the Institute for Marine Resources*) s'est même implanté dans la zone industrielle de manière à être en contact direct avec les principaux utilisateurs des ressources marines. Au nord du centre-ville, ce sont plutôt les porte-conteneurs et chantiers navals qui se sont implantés. Le port est également caractérisé par un fort trafic de voitures.



**Figure 63 : Bremerhaven, Hambourg et leur région avoisinante**  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI-IDEES, 2014.

*Cette figure présente la région environnante des ports de Bremerhaven et Hambourg avec ses principaux axes autoroutiers de même que ces principaux cours d'eau à l'échelle du Nuts 3.*

Juste au nord du fleuve Geest, le centre-ville présente des atouts touristiques. Une promenade et une plage de sable longent le quartier touristique où plusieurs musées sont présents. La promenade permet de sillonner les vieux bassins accueillant encore d'anciens voiliers ou autres navires historiques. On peut y visiter la maison du climat présentant les différents climats mondiaux et la problématique du réchauffement climatique, le zoo en bord de mer focalisé sur la faune nordique, qu'elle soit maritime, terrestre ou aérienne, le *German Emigration Center*, le *National German Maritime Museum*, ... Ce centre touristique a même reçu le prix allemand du tourisme en 2010.



**Figure 64 : La ville et le port de Bremerhaven**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.**

*Les limites du district utilisées ici sont les limites administratives de la commune de Bremerhaven.*

Quelques centaines de mètres plus à l'intérieur des terres, plusieurs rues piétonnes ont permis le développement d'un quartier à vocation commerciale. Les touristes et habitants peuvent s'y promener pour faire leur shopping en toute tranquillité. Une passerelle couverte en verre protège les passants entre le centre touristique du Havenwelten et le centre commercial Mediterraneo. La figure 65 illustre quelques-unes de ces attractions. À gauche, on peut y voir la promenade longeant le bord de mer et la maison du climat, de même que le *Conference Center* haut de 90 mètres (hôtel et centre de conférence). À droite, on y voit le musée national de l'émigration en bord des quais où accostent les voiliers.



**Figure 65 : Attractions touristiques de Bremerhaven**  
Crédits photo : Furlanetto G., 2013.

*Les deux photos représentent des attraits touristiques de Bremerhaven. La photo de gauche illustre le Conference Center Bremerhaven (tour sur la droite). Il s'agit d'un centre de convention de multiples étages et offre un accès direct vers l'Atlantic Hotel Sail City. Elle illustre également la maison du climat dont l'attraction majeure est un voyage le long du méridien de Bremerhaven traversant tous les climats et peuples vivant le long de ce méridien. La photo de droite illustre le musée de l'immigration. Ce musée a reçu le prix européen du musée en 2007 et se concentre sur la thématique de l'émigration des Allemands aux États-Unis*

Il convient ensuite de noter, que pour cette ville portuaire, les modes de transports en site propre sont presque inexistants. À l'exception d'une ligne de chemin de fer avec plusieurs ramifications dans les zones industrielles. Seul le transport routier s'étend sur toute la ville. Plusieurs lignes de bus sont donc en place pour relier le nord au sud de la ville. Cependant, les principales attractions touristiques sont regroupées en un seul endroit jouxtant les espaces commerciaux, à environ 2 kilomètres du terminal croisière.

Ce terminal est l'un des terminaux les plus complets de la rangée nord-européenne. Servant régulièrement de port de départ pour les navires de croisière, il a été agencé comme un aéroport. Sur deux étages, le premier est principalement voué aux départs et arrivées des passagers avec l'implantation de comptoirs fixes d'embarquement avec tapis roulants, mais également de tapis roulants pour la réception des bagages (figure 66). On peut également noter que le port de Bremerhaven se caractérise par une très forte identité

dans la transport de passagers grâce à une tradition du transport transatlantique.



**Figure 66 : Le terminal de Bremerhaven**  
Crédits photos : Furlanetto G., 2013.

*Les deux photos présentent l'intérieur du terminal croisière de Bremerhaven. La photo de gauche, au rez-de-chaussée du bâtiment, illustre les tapis à bagages. La photo de droite illustre les portes d'embarquement et le salon d'attente.*

On y observe aussi des compagnies effectuant des navettes directes avec l'aéroport de Hambourg et une station de bus. Un grand parking est également à disposition. On constate en effet que sur les 66 500 passagers de passage dans le terminal en 2013, 59 700 passagers l'étaient pour démarrer leur croisière. À l'étage, plusieurs portes permettent aux passagers de monter ou de descendre du navire de croisière (figure 61, photo de droite). Ils peuvent une fois à l'intérieur du terminal, demander diverses informations au stand d'info mis à leur disposition mais également faire quelques achats (nourriture, boisson, presse, souvenirs) au petit magasin présent. Le terminal comprend également un étage entièrement destiné à l'observation des navires de croisière accostés mais également des salles de conférences de même que certains bureaux de gestion du port ou du terminal. Le terminal est donc totalement fonctionnel dans une optique d'être un port de départ d'itinéraires de croisières.

- Hambourg

Hambourg est l'une des villes les plus importantes d'Allemagne avec plus d'un million d'habitants. À la confluence de la Bille, de l'Elbe et de l'Aalster, la ville joue

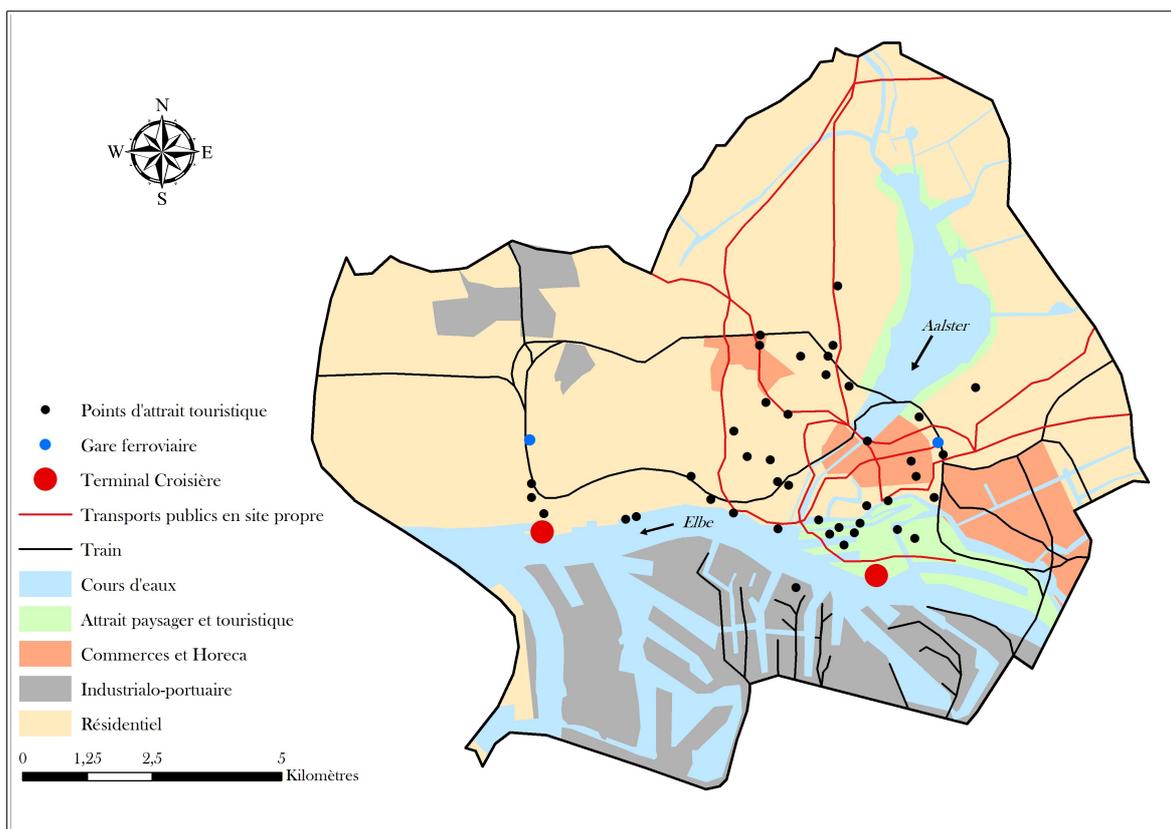
également le rôle d'un des plus grands ports européens. L' Aalster forme un lac artificiel en plein centre-ville permettant une incursion de nature en milieu urbain. La ville présente un quartier nocturne, un quartier culturel et un quartier commerçant qui ravissent les nombreux touristes de passage.



**Figure 67 : L'HafenCity à Hambourg: architecture classique et architecture moderne.  
Crédits photos : (AMP, 2014) à gauche, Furlanetto G. ,2013 à droite.**

*Les deux photos présentes l'aménagement du quartier de l'HafenCity dans le centre de Hambourg. La photo de gauche illustre le quartier des entrepôts classé comme monument historique en 1991 caractérisé par l'omniprésence de la brique et du style néogothique. La photo de droite illustre les nouveaux bâtiments construits à proximité du quartier des entrepôts dans l'idée d'une homogénéité urbanistique.*

Les quartiers industriels sont principalement centrés sur la rive sud de la ville ou en périphérie nord. Deux quartiers d'attrait touristique et paysager apparaissent. Le premier est le quartier dit de la l' HafenCity, quartier dont la rénovation urbaine a commencé début des années 90 et continue encore aujourd'hui. Le second représente les alentours du lac formé par l' Aalster. Le principal terminal croisière s'intègre au sein de la rénovation de l' HafenCity. Elle est caractérisée par d'anciens quartiers portuaires reconvertis en quartier d'habitations et de bureaux (figure 67).

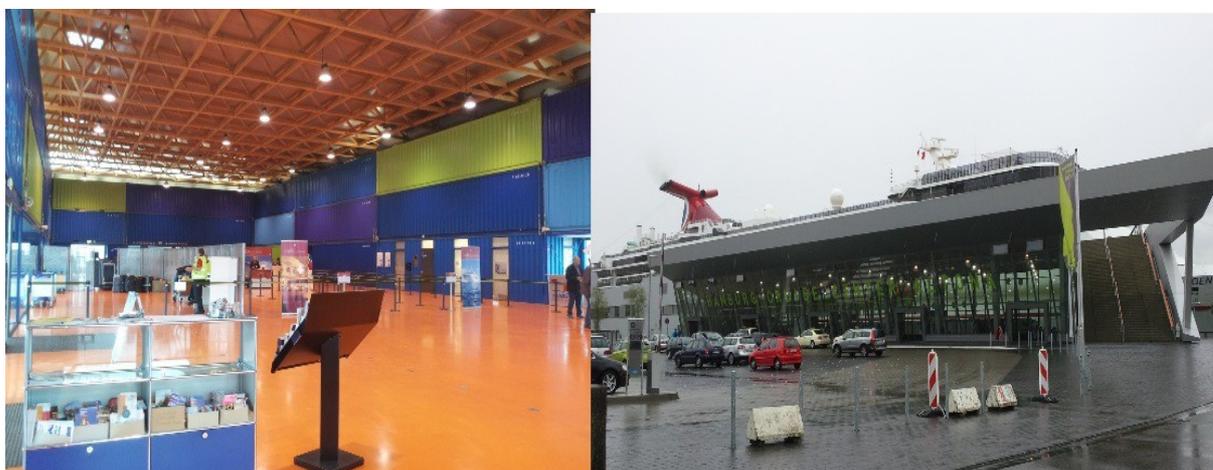


**Figure 68 : La ville et le port d'Hambourg**  
**Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.**

*Les limites nord et est du district sont celle du ring de l'arrondissement d'Hambourg-Mitte. A l'ouest, la limite relie le ring à l'autoroute EA5 de manière à pouvoir englober l'arrondissement d'Altona dans la zone cartographiée. La limite sud correspond au réseau routier principal desservant la zone portuaire. Le choix des limites administratives repose sur le fait qu'Hambourg est un land et est composé de sept arrondissements. Ce sont les limites de ces arrondissements qui sont utilisées.*

Ce nouvel arrondissement de la ville se veut un mélange équitable entre logements (5800 logements pour environ 12 000 individus planifiés), commerces (surfaces pour 45 000 prestataires), loisirs, et culture. En contact autant avec l'eau qu'avec la ville, le projet mise également sur le développement durable. Cet arrondissement, composé de plusieurs quartiers, fait naître des bâtiments à l'architecture innovante tout en gardant une cohésion architecturale avec les bâtiments plus anciens de la ville, notamment par la présence de briques rouges, le tout en plaçant ou conservant des espaces communs et des espaces verts

(Figure 67). Ce nouvel arrondissement est surtout connecté au reste de la ville grâce à une ligne de métro. On observe que plusieurs des attractions touristiques se trouvent à la jonction entre HafenCity et le centre-ville.



**Figure 69 : Terminal d' HafenCity et Altona à Hambourg**  
Crédits photos : Furlanetto G., 2013.

*La photo de gauche illustre le terminal d' HafenCity construit grâce à des conteneurs. A l'avant plan, on observe un petit poste d'information touristique. La photo de droite illustre le terminal d' Altona. Entièrement vitré, il permet de boire un café tout en voyant le navire de croisière. Sur la droite, un escalier permet d'accéder à un pont promenade.*

Le premier quartier commerçant se trouve plus vers le centre de la ville d' Hambourg en bordure de la gare centrale, lieu de recoupement de lignes de train et de métro. Les attractions touristiques gravitent autour de ces quartiers. On peut par exemple citer le musée maritime, l'église St Michaelis ou St Catherine, le City Hall, le palais de justice, la tour du port, le musée de la musique, le musée d'histoire, ... Notons que tous ces bâtiments se trouvent sur ou à proximité d'une ligne de transport public en site propre (tram ou métro). Le second quartier commerçant est celui des salles d'expositions et marché couvert à l'ouest du lac. C'est également dans ce quartier qu'on peut voir la tour d'émission de télévision, le plus souvent non visible en entier à cause de la couverture nuageuse. Le troisième quartier à vocation majoritairement commerciale est situé à l'est de l' HafenCity. Rassemblant plusieurs grandes enseignes et supermarchés, c'est le quartier le plus facile d'accès grâce à ses nombreuses offres de parking.

Le terminal croisière principal se trouve dans l'arrondissement HafenCity. Encore en pleine rénovation, les alentours de celui-ci sont en plein chantier mais la station de métro de l'autre côté de la rue permet de rejoindre très vite le centre-ville. Il a surtout été pensé au point de vue de son architecture. En effet, il fut construit grâce à d'anciens conteneurs repeints et superposés (figure 69, photo de gauche). Situé dans un quartier en pleine expansion (un campus universitaire est actuellement en construction jouxtant l'espace du terminal), les passagers débarquant jouissent d'un grand parking permettant aux autocars d'embarquer les touristes en visite de la ville ou de la région. À 2 kilomètres du centre-ville, ce terminal offre la possibilité d'accoster deux navires de croisière grâce à ses 600 mètres de quais. Le second terminal est celui d' Altona (figure 69, photo de droite). Altona est l'arrondissement jouxtant celui d' Hamburg-Mitte, correspondant au centre-ville d' Hamburg. Situé juste à l'ouest du centre touristique et commercial, le terminal est connecté grâce au réseau ferroviaire mais également grâce à un aménagement piéton en bord de l' Elbe. Ce terminal est plus spacieux que le premier mais n'offre qu'un seul quai. Un troisième terminal est également utilisable lors d'escales multiples. Celui-ci se situe entre les deux terminaux présentés mais n'a pas été cartographié car il sert principalement d'appoint lors d'escales d'un quatrième navire, HafenCity pouvant en accueillir deux et Altona un.

### ***VIII.3.2. Schémas d'organisation***

Sur base des cartographies de chacune des villes présentées ici précédemment il est possible de schématiser les villes de croisières. Notons ici que les caractéristiques nécessaires pour un bon développement de la croisière dans une ville d'escale et dans un port tête de ligne ne sont pas les mêmes. Nous nous sommes alors concentré ici uniquement sur les éléments intervenant lors de l'escale de paquebots de croisière. Notons également que le modèle a été construit de manière à ne pas rendre compte de l'emplacement géographique de chaque port. En effet, si le port se situe sur un fleuve, il offre de l'espace sur deux rives pour le développement industriel ou urbain, alors que dans le cas d'un port maritime, seul le front de mer intervient.

Les différents espaces fonctionnels présentés lors de la cartographie des villes étudiées, un peu auparavant dans ce chapitre, seront reprises ici sous les mêmes codes

couleurs : le centre urbain touristique en vert, la zone industrialo-portuaire en gris, les espaces commerciaux en orange et les espaces résidentiels en beige. Il ne s'agira, dans ces modèles locaux que d'aires en contact les unes avec les autres. Les lignes utilisées le sont de deux sortes mais représentent toutes deux des modes de transports. La ligne en trait plein est illustrative du réseau de transport ferroviaire et n'est donc pas cantonnée à l'espace urbain. Les lignes en traits pointillés sont la représentation des transports publics urbains (tramway, métro ou bus). Enfin, les points utilisés dans ces modèles représentent deux types de données : soit des points d'attrait touristique (en noir), soit des nœuds de transport comme le terminal croisière (en rouge) ou la gare ferroviaire, point d'entrée sur la ligne ferroviaire, (en bleu). Les dynamiques pouvant intervenir ne seront représentées que dans le modèle global dans le chapitre IX.

- *Le Havre*

Le modèle havrais se divise en deux parties. Une partie industrielle d'une part et une partie urbaine intégrant les autres fonctions d'autre part. Le terminal croisière se situe dans l'espace portuaire mais à proximité de l'espace urbain. Celui-ci englobe une zone d'attrait touristique et paysager correspondant au centre historique inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. En bordure de celui-ci, partiellement intégrés, on observe des espaces de commerces et horeca.

Dans le cas du Havre, on observe un réseau de transport différent des autres modèles présentés après. En effet, la gare du Havre est une gare terminus. Les trains y arrivant sont alors obligés de faire demi-tour. Le transport urbain en site propre, récemment inauguré fin 2012, n'est pas formé sous un mode de réseau mais est plutôt dessiné de manière linéaire. Une ligne traverse le centre de manière à relier la plage à la gare ferroviaire. Cette ligne se sépare ensuite en deux de manière à desservir la ville haute dans deux directions différentes.

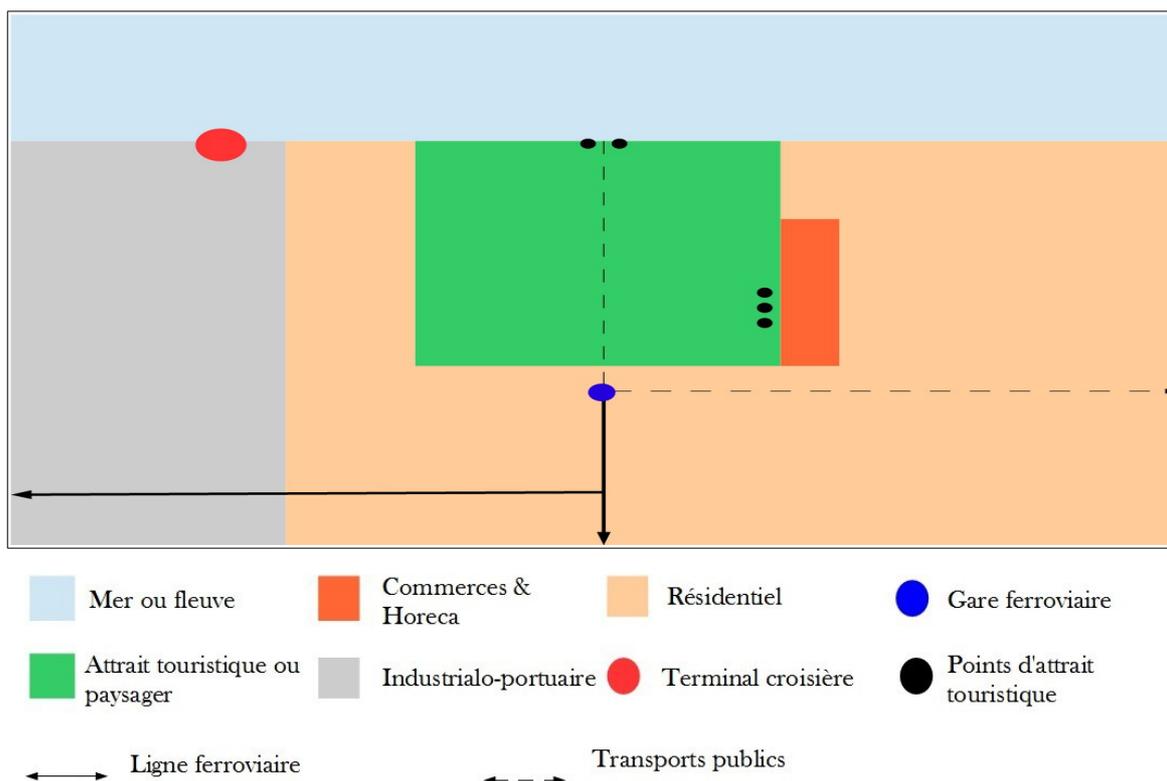


Figure 70 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire du Havre

Le modèle ne présente aucune liaison de transport entre le terminal et les zones d'attrait touristique, ce qui ne veut pas dire qu'il n'existe pas de navettes de bus mises en place par l'office du tourisme lors d'escales de croisières.

- Zeebruges

Le modèle du port de Zeebruges apparaît différent des autres car il nous oblige à prendre en compte une échelle plus large. En effet, le port est plutôt l'interface maritime de la ville de Bruges qu'une ville à proprement parler, comme l'indique son nom en néerlandais qui signifie « Bruges maritime ». On observe ici le terminal croisière en contact avec la mer mais également à proximité de la gare ferroviaire. Celle-ci permet une liaison directe avec le centre d'attrait touristique qu'est la ville de Bruges. L'espace entre le port et la ville touristique est principalement occupé par des activités de type industriel ou liées au domaine portuaire. On note également qu'une ligne de tramway permet de relier Zeebruges à ses deux grosses localités balnéaires adjacentes que sont Blankenberge et Knokke-Heist. Ces deux villes présentent un attrait touristique grâce à leur centre de ville

balnéaire typiquement belge. Elles offrent également des musées, casinos, et de manière moins marquées des rues commerçantes non présentes à Zeebruges.

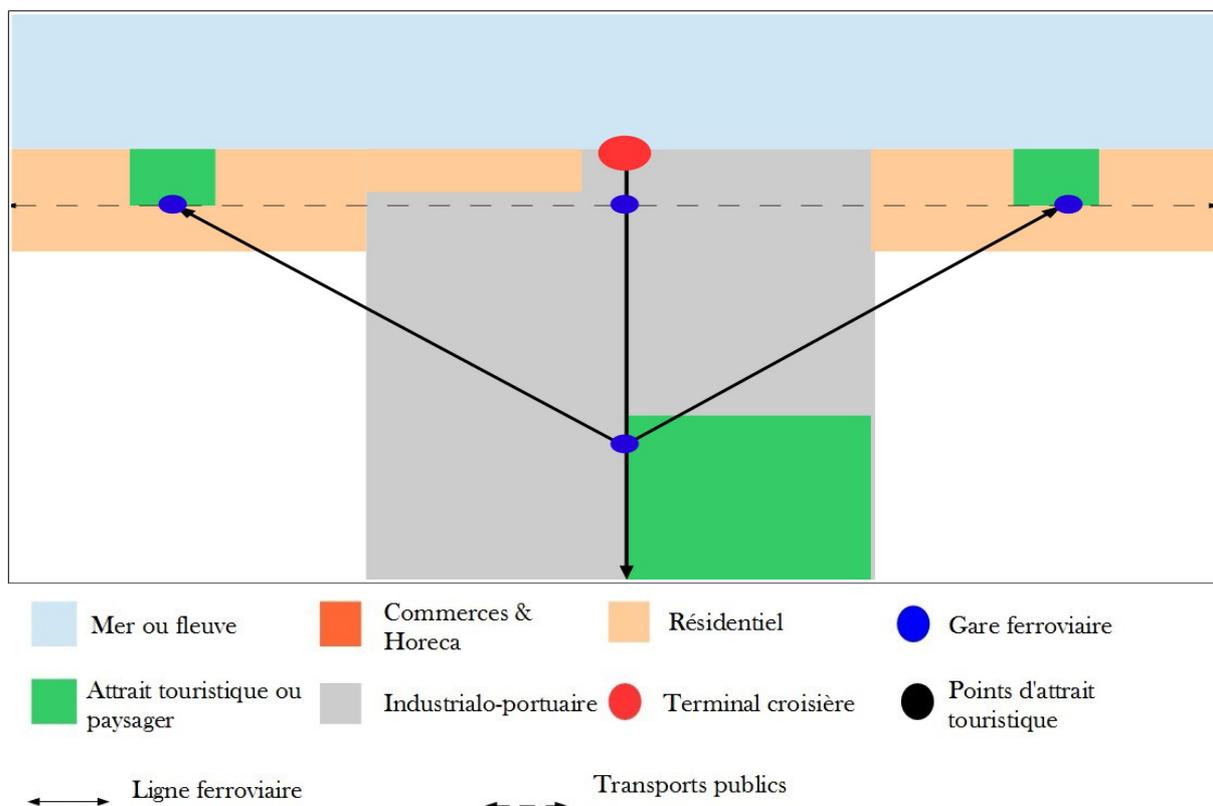


Figure 71 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire de Zeebruges

Ce schéma est donc plus difficilement comparable aux autres schémas présentés ici car il regroupe quatre villes à la place d'en présenter une seule. Mais on pourrait dire que les villes de Bruges et Zeebruges n'en forment qu'une. Les deux villes sont reliées par un canal, lequel est bordé par des zones industriolo-portuaires. Il n'y a donc pas vraiment de rupture entre les deux.

- Anvers

Le schéma du port d'Anvers peut être vu comme similaire à celui de Hambourg ou de Rotterdam en présentant une partie industriolo-portuaire et une partie urbaine. Cette dernière offre un centre d'attrait touristique drainé par un réseau de transports publics en site propre. Les espaces commerciaux se trouvent au sein même du centre touristique. Le terminal croisière est également intégré à ce centre. La gare se trouve en bordure sud et

marque la frontière entre le centre historique promu par l'office de tourisme et des zones vues comme majoritairement résidentielles.

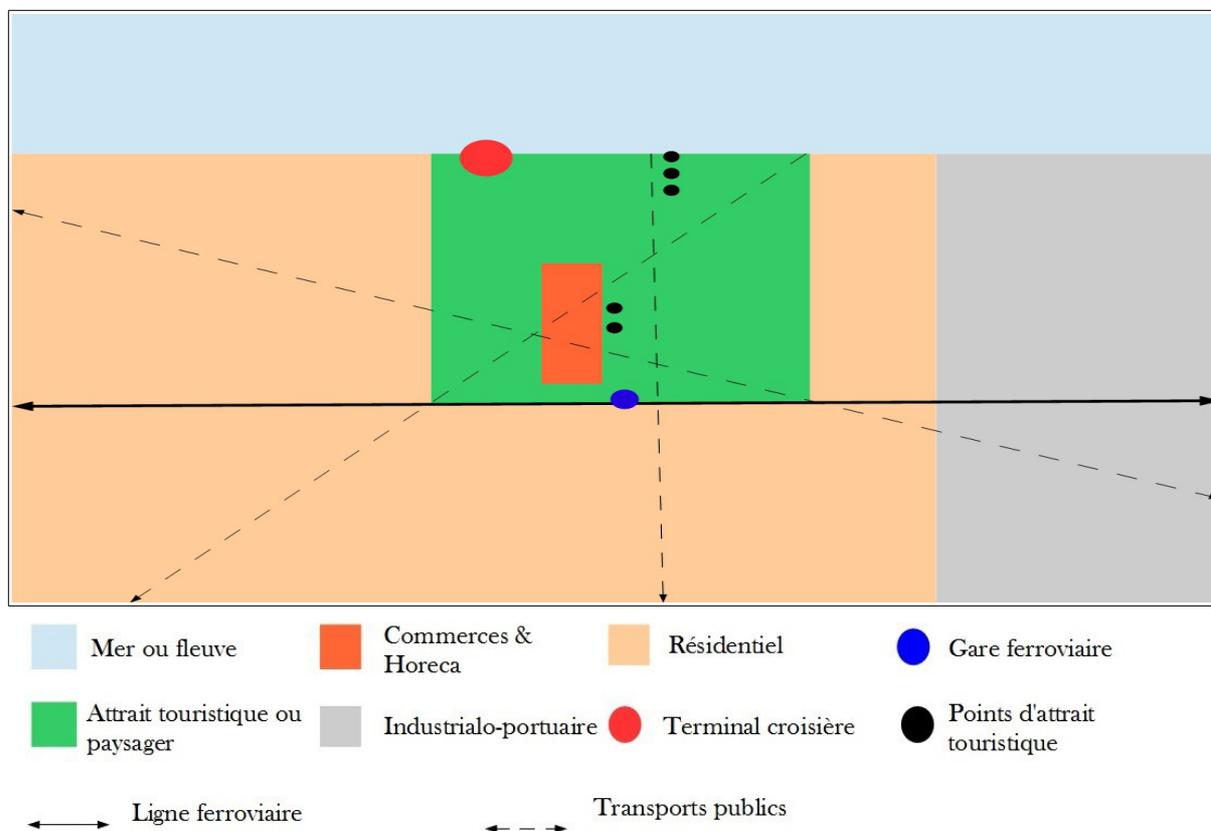


Figure 72 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaires d'Anvers

Ce schéma indique une intégration complète de la croisière à la zone urbaine et une localisation des espaces portuaires sur le côté. Une collaboration entre la ville et les autorités portuaires apparaît alors comme moins utile que dans le cas où le terminal se trouve en zone portuaire.

- Rotterdam

Comme pour la ville d'Amsterdam, la ville de Rotterdam se schématise en deux parties : la partie de gauche pour l'industrie portuaire, la partie de droite pour la ville. Cependant, dans ce cas ci, le réseau de transports publics en site propre y est plus maillé et passe également dans la partie industrielle. Le terminal croisière et la gare ferroviaire se

trouve également en bordure de la zone d'attrait touristique. Dans le cas présent, une zone commerciale bien définie permet de connecter l'aspect touristique à l'offre de transport inter-urbain. Comme dans le cas de la capitale du pays, les attractions ponctuelles se situent le long des lignes de métro.

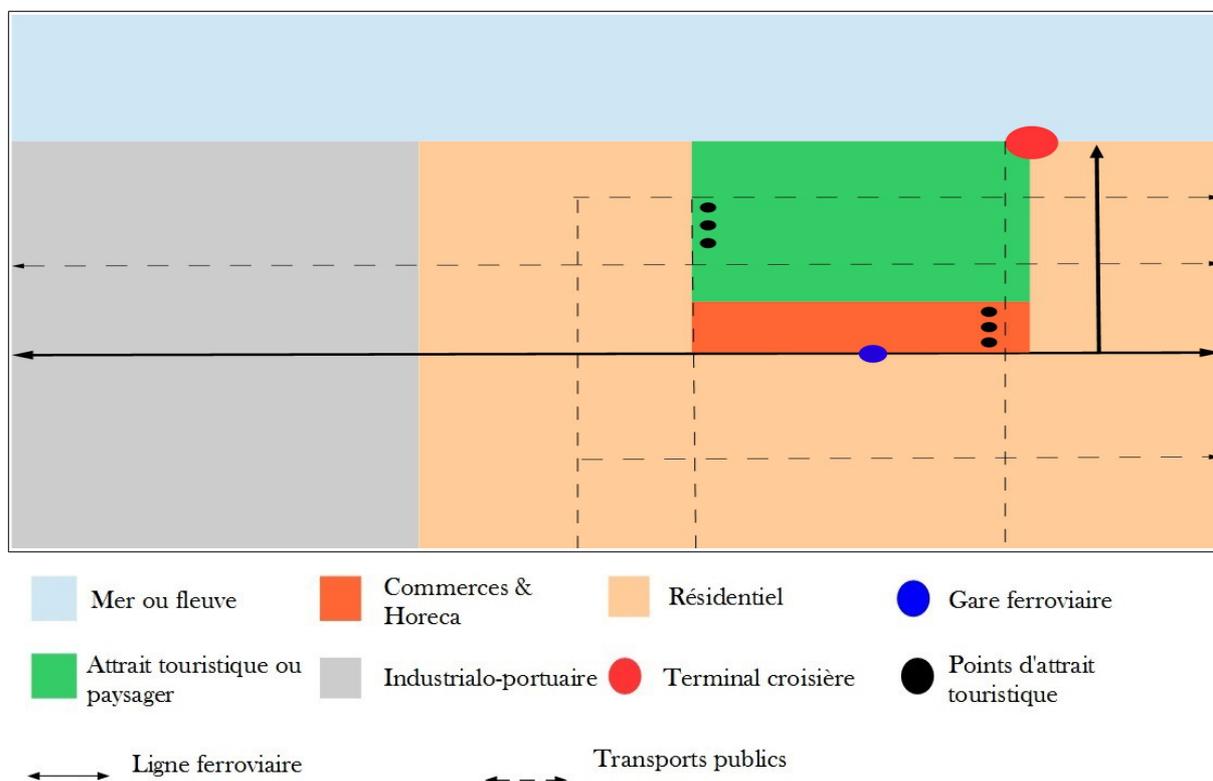


Figure 73 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire de Rotterdam

Un réseau dense de transports publics permet de circuler de manière aisée dans toute la zone urbaine. Cependant, comme pour Amsterdam, toutes les infrastructures touristiques ou commerciales se trouvent à une distance proche les unes des autres.

Le terminal croisière est ici bien distinct de l'espace portuaire. Intégré au centre urbain, les paquebots font partie du paysage de la ville. Cependant, même intégrée au centre-ville, la croisière n'est pas limitée par des contraintes techniques telles que le tirant d'eau ou la longueur du quai.

- Ijmuiden

La modélisation du port d'Ijmuiden est légèrement plus complexe que celle des

autres ports car la zone d'étude, en plus d'être un front de mer, s'étend également sur les deux rives de l'embouchure du canal. Les zones de contact avec les eaux navigables sont donc plus nombreuses. Nous avons, dans notre modèle, tenté de rassembler toutes les informations en ayant un seul front d'eau. On observe une zone industrialo-portuaire (pêche et sidérurgie principalement) qui a plus ou moins la même importance que l'espace résidentiel.

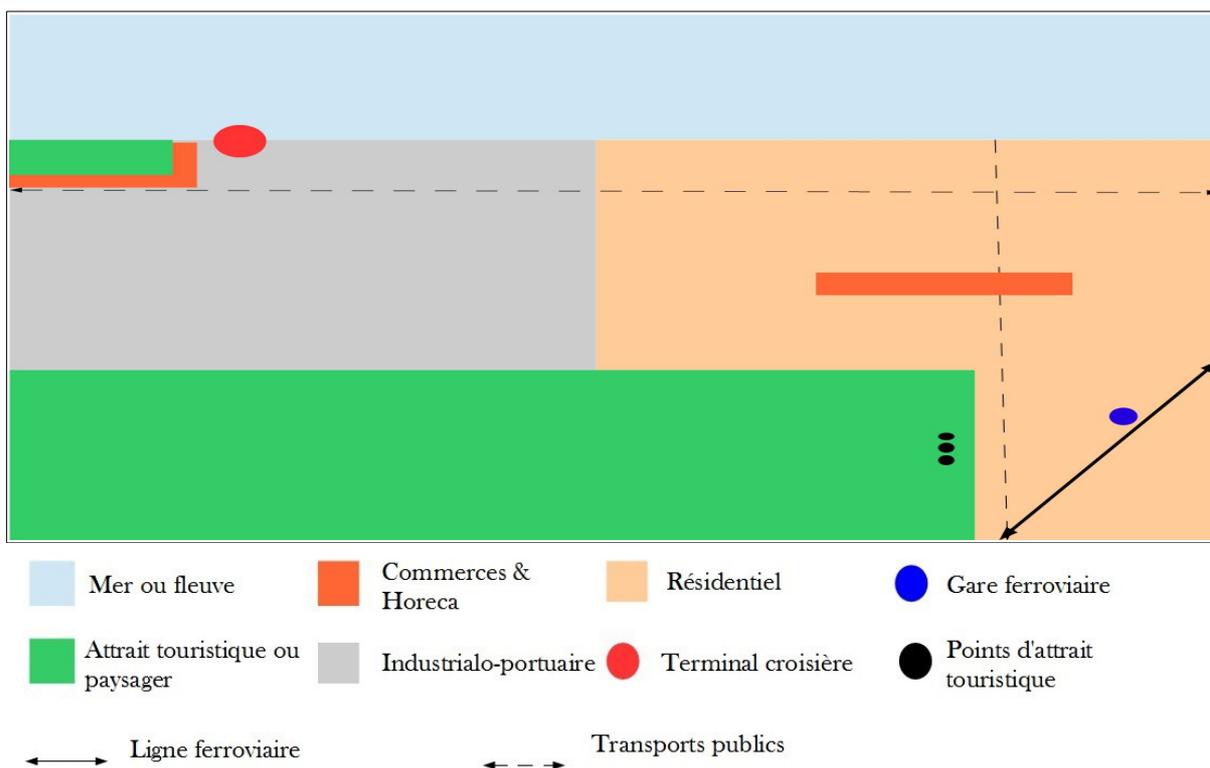


Figure 74 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire d'Ijmuiden

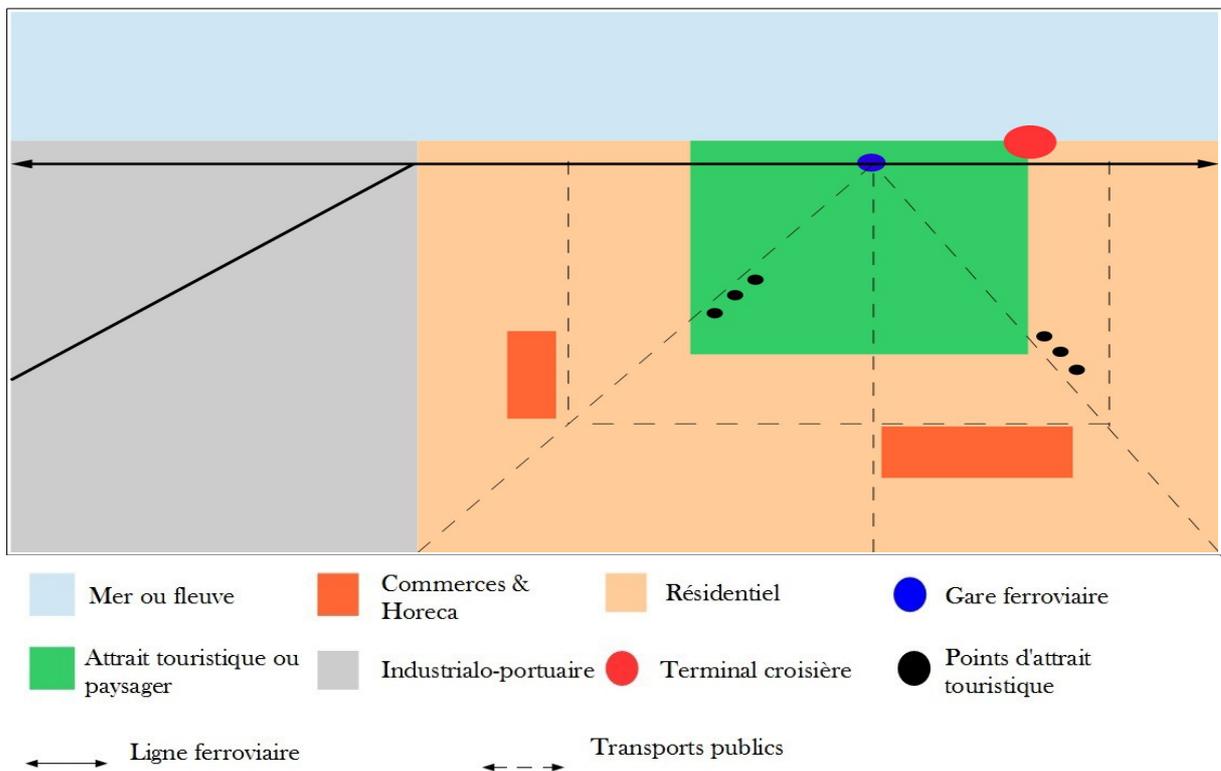
En marge de cette zone, on note un espace d'attrait touristique dans lequel l'espace commercial est complètement intégré. Cette zone correspond à la marina. On observe également un réseau ferroviaire excentré et un réseau urbain, de bus dans ce cas-ci, faiblement distribué.

On observe surtout que le schéma d'Ijmuiden ne présente pas de centre urbain attractif touristiquement. On peut même dire qu'il ne s'agit pas d'une ville mais plutôt d'un village. Les passagers sont alors invités par les compagnies à se rendre à Amsterdam, première destination touristique du pays, la maison d'Anne Franck, devenue musée, peut

également accueillir les curieux, ou découvrir Haarlem, la zone protégée de Zaanse Schans, musée vivant en plein air des polders riche de nombreux moulins. Les passagers de croisière ne sont donc que de passage dans le port.

- Amsterdam

Le schéma du port d'Amsterdam se divise en deux parties. À gauche, on observe la partie industrialo-portuaire, tandis que de l'autre côté on observe la ville avec en son centre un espace d'attrait touristique ou paysager. Cette zone urbaine est drainée par un réseau de transport public en site propre radialement construit au départ de la gare centrale. Les attractions touristiques ponctuelles dont le Rijksmuseum se situent le long des lignes de transport public.



**Figure 75 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire d'Amsterdam**

Terminal croisière et gare ferroviaire se trouvent en bordure directe du centre d'attraction touristique. Les zones commerciales se trouvent quant à elles un peu plus sur l'extérieur. On observe donc que les attractions touristiques, infrastructures de transports et

infrastructures de croisière se trouvent relativement concentrées dans la partie urbaine, à l'écart de la partie portuaire.

- Bremerhaven

Dans le cas présent, la ville est cernée tant à gauche qu'à droite par les industries liées au trafic portuaire. Les zones urbaines conservent cependant la même organisation que dans le cas de Rotterdam à savoir un espace d'attrait touristique central joint d'un espace commercial juste au sud.

La gare ferroviaire et l'axe ferré se trouvent par contre en dehors de ce centre touristique.

Le terminal croisière se trouve également en dehors, et même en dehors du district urbain. Il se localise au sein des activités portuaires.

La ville ne possède pas de transport public en site propre mais les principales lignes de bus ont été représentées.

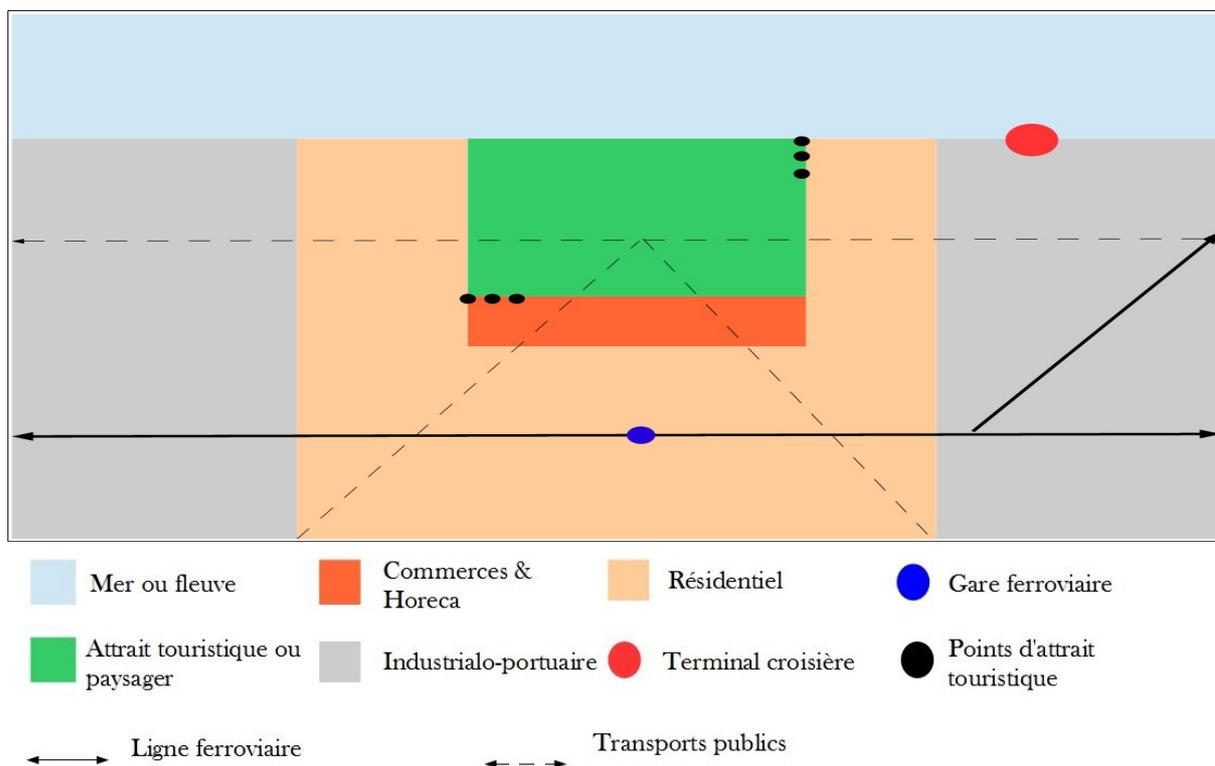
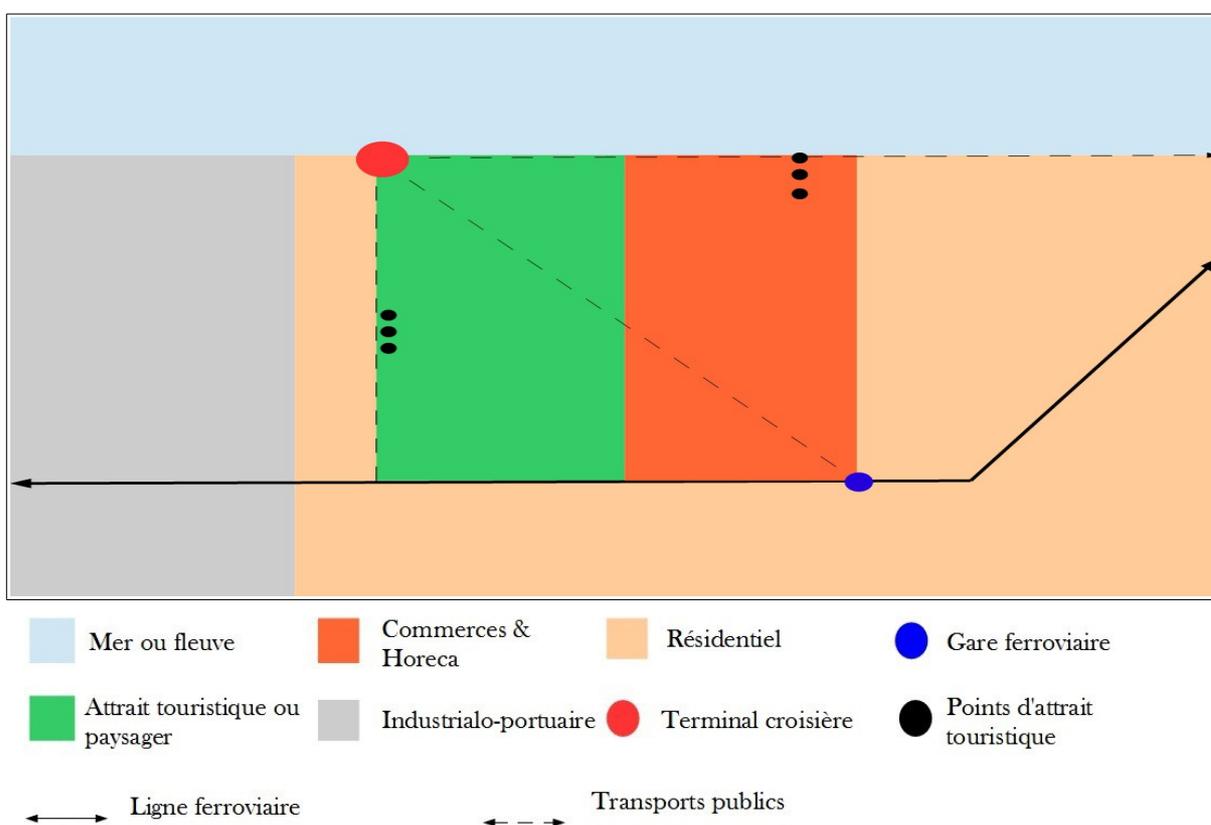


Figure 76 : Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire de Bremerhaven

Ce schéma nous indique un cas de figure où les infrastructures de croisière se trouvent en milieu portuaire et non en milieu urbain. Cependant, le port de Bremerhaven est un port de départ de croisières. La nécessité de plus grandes infrastructures y est donc plus importante que dans d'autres ports. La localisation dans un espace portuaire permet de mettre en place des zones de parking et d'avoir un terminal assez grand pour le traitement des bagages et la sécurité. Néanmoins, le terminal croisière est relié au centre-ville par des aménagements piétons et cyclistes. La localisation du terminal a également incité la ville à proposer des excursions ayant pour but la visite du port industriel. Les passagers peuvent alors visiter le terminal à conteneurs ou les terminaux fruitiers.

- Hambourg



**Figure 77: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire d'Hambourg**

Comme dans la majorité des cas présentés ici, le schéma se divise à nouveau en deux parties. La partie gauche englobe les activités industrio-portuaires alors que la partie droite est représentative du district urbain. Pour la ville d'Hambourg, l'espace

d'attrait touristique est de même importance que les espaces commerciaux. Le terminal croisière se trouve à la frontière entre l'espace touristique et l'espace résidentiel. La gare ferroviaire se trouve localisée à l'opposé. Un réseau de transport public draine de manière globale le centre urbain. Les lignes ferroviaires longent les espaces touristiques et commerciaux mais traversent les espaces résidentiels et industriels.

Hambourg a la particularité de s'être réapproprié des terrains portuaires et logistiques pour les intégrer à la ville. Le terminal se situe sur ces nouveaux espaces urbains. Même repensés, ces espaces conservent leur identité portuaire tout en aménageant les fronts d'eau en espaces publics agréables. Ces aménagements des interfaces ville-port ont pensé à intégrer les modes de transport urbain aux plans de développement.

- Comparaison des modèles

Sur base des observations de terrains cartographiés tels qu'ils sont dans la réalité, nous avons ensuite schématisé les principales composantes de chacune de nos villes d'observation. Nous pouvons alors maintenant comparé ces schémas d'observations dans le but de retirer les grandes lignes communes et de la sorte poser les bases de notre modèle théorique de la ville de croisière (figure 78).

Tout d'abord, il convient de remarquer que sur les huit schémas proposés, deux apparaissent comme fortement différenciés : ceux d'Ijmuiden et de Zeebruges. Nous les analyserons donc à part. Les six autres schémas suivent par contre une logique commune. Plusieurs éléments ressortent en effet comme identiques. Premièrement, on observe une distinction claire entre l'espace industrialo-portuaire et l'espace urbain (touristique ou résidentiel). Que l'espace portuaire soit à gauche, à droite, ou des deux côtés de la ville, il est forcément en contact direct avec les eaux navigables. Deuxièmement, on observe une localisation privilégiée de l'espace urbain touristique au centre de la zone urbaine résidentielle et en contact avec la mer ou le fleuve. Cet espace est souvent le cœur historique de la ville. Troisièmement, on note que les espaces commerciaux sont en contact direct avec le centre urbain historique, ils peuvent même être intégrés au sein de ce centre-ville.

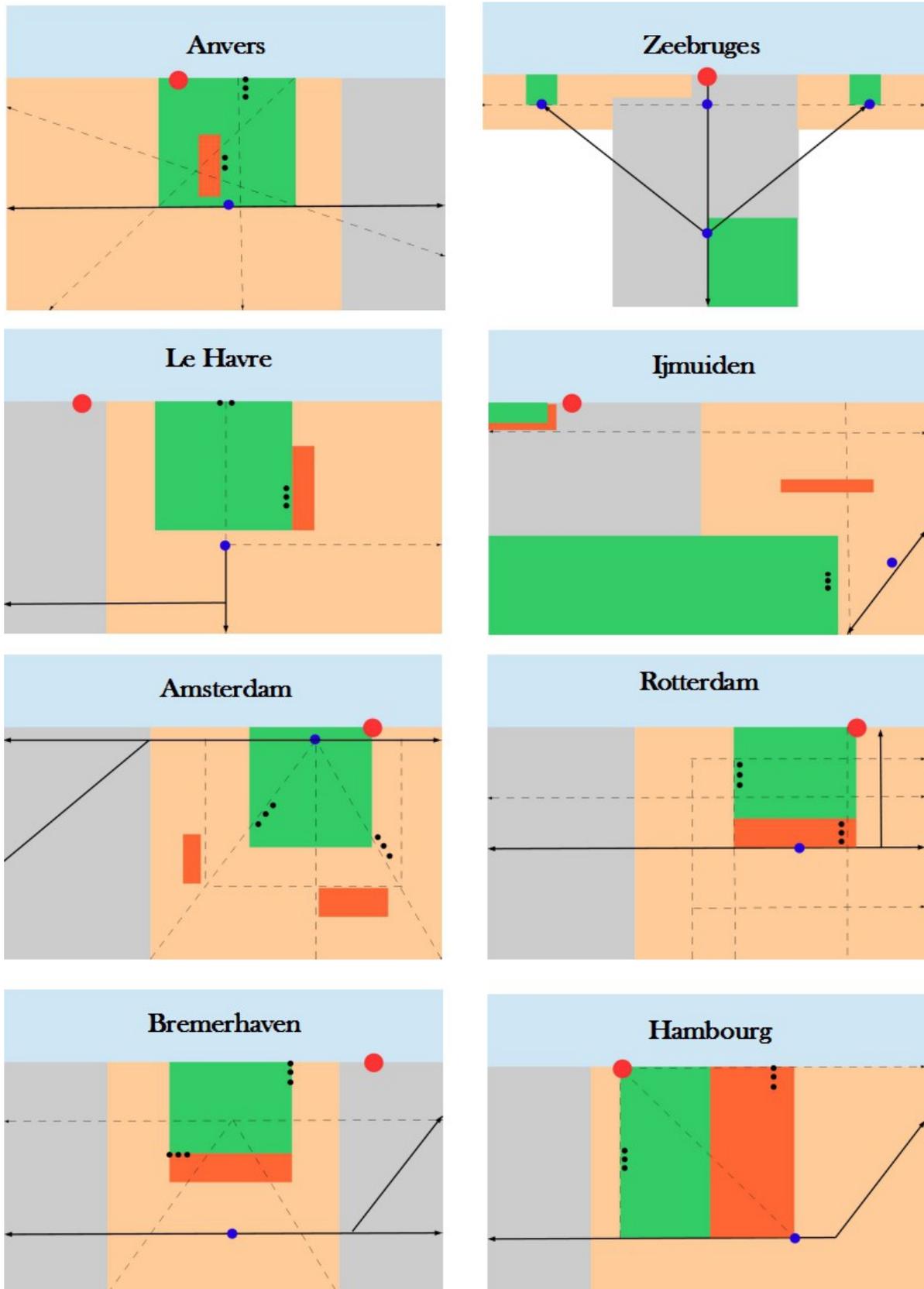


Figure 78 : Comparaison des schémas d'organisation des espaces fonctionnels urbano-portuaire des ports de croisière de la rangée nord-européenne

Les éléments linéaires et ponctuels sont localisés moins uniformément d'une ville à l'autre. Les lignes ferroviaires, dans les six villes sur lesquelles nous nous concentrons en premier, traversent les villes de part en part sans faire de distinction quant à l'espace fonctionnel dans lequel elles se trouvent. On note cependant que la gare ferroviaire se trouve toujours dans l'espace résidentiel, voire en contact entre l'espace urbain résidentiel et l'espace urbain touristique. Enfin, les transports urbains sont généralement bien répartis dans les deux zones urbaines et desservent toujours le *waterfront*. En dernier lieu, il est important de remarquer ici la localisation du terminal de croisière. Il est préférentiellement placé au contact entre espace portuaire et résidentiel ou alors au contact entre espace résidentiel et espace urbain touristique et évidemment toujours en contact direct avec les voies navigables. Précisons cependant que son emplacement n'est pas identique d'une ville à l'autre, quelle que soit l'organisation des espaces fonctionnels.

De manière générale, on observe donc quatre zones : une zone portuaire clairement définie en bordure de ville, une zone urbaine touristique en contact avec l'eau en plein centre de la zone résidentielle et enfin une zone commerciale faisant la jonction entre les deux zones urbaines. Ces zones sont drainées par différents réseaux de transport.

Zeebruges et Ijmuiden ne se construisent pas sur le même schéma car il s'agit de petites villes mais surtout d'avant-ports maritimes de villes beaucoup importantes. Elles sont même difficilement comparables car le schéma de Zeebruges englobe plusieurs agglomérations alors que celui d' Ijmuiden n'en compte qu'une seule principale. Cependant, un parallèle entre le port belge et les six autres schémas analysés précédemment peut être fait si on considère la ville de Bruges comme l'espace urbain touristique et le front de mer comme l'espace résidentiel. Cette dernière distinction est cohérente par le fait que la côte belge est urbanisée sur quasi la totalité de son front de mer. La différence avec les autres schémas se fera alors sur le fait que la zone industrialo-portuaire est directement en contact avec l'espace touristique. Elle est également desservie par une ligne ferroviaire et non une ligne de transport urbain. Le schéma d' Ijmuiden se distingue des autres par une implantation touristique et commerciale au sein d'un espace à majorité industrielle ou portuaire. C'est également près de cette implantation touristique que s'est localisé le terminal croisière.

#### VIII.4. Conclusions

Même si les ports de cette étude se manifestent comme faisant partie d'une même unité, des points communs et différences peuvent clairement être identifiés. Résumons ici ces caractéristiques relatives à la gouvernance portuaire et au modèle d'organisation fonctionnelle et spatiale.

Tous les ports du monde se classent selon l'implication des secteurs publics et privés. Nos huit ports d'études n'y font pas défaut et se positionnent chacun sous un des quatre types de port : service, outil, propriétaire, privé (voir tableau 14). Certains sont gérés par des communes, d'autres par des régions, et d'autres encore ont une personnalité juridique propre. Cependant, la croisière ne suit pas toujours le même mode de gestion. La gestion des activités portuaires par des autorités communales n'implique pas que la croisière soit gérée de la même manière que le reste de l'activité portuaire. Néanmoins, un modèle de gestion est ressorti à plusieurs reprises. Il s'agit d'une alliance entre différents acteurs du monde la croisière : ville, tourisme, opérateurs logistiques, et port. Ces acteurs se côtoient dans l'objectif de fournir un interlocuteur unique aux compagnies de croisière désirant escaler.

Concernant l'organisation spatiale, la cartographie réelle des villes portuaires nous a mené, pour chacune des cartes, à pouvoir produire un schéma d'organisation spatiale et fonctionnelle pouvant être comparé aux schéma des autres villes. Il en ressort que ville et port ne se montrent pas vraiment autant imbriqués qu'on aurait pu le croire. Même s'il y a contact entre l'espace portuaire et l'espace urbain, peu ou pas d'infiltrations d'un espace dans l'autre sont observées. Les lignes de transport sont organisées spatialement de manière plus ou moins similaire d'une ville à l'autre et les points d'attrait touristique sont le plus souvent drainés par le réseau de transport publics urbains.

Deux cas de schématisation ont émergé comme étant différents des autres cas : les schémas de Zeebruges et Ijmuiden. Ces deux villes portuaires apparaissent comme étant avant tout des ports avant d'être des villes attrayantes d'un point de vue touristique. Elles ne seront donc pas le point de départ de notre modèle mais permettent de faire naître des différences d'agencement essentielles. Les points communs résultants de la comparaison des six autres schémas seront les éléments de départ à positionner dans le modèle de la ville de croisière.



## **Chapitre IX**

# **MODÉLISATION DU PORT DE CROISIÈRE**

### **IX.1. Introduction**

Ce dernier chapitre est l'aboutissement du processus de recherche présenté dans les pages précédentes. Il vise en effet à présenter le modèle de la ville de croisière. Amorcés dans le chapitre VIII, les schémas relatifs à chaque ville étudiée nous ont permis d'introduire des points communs, facteurs nécessaires au développement de la ville portuaire de croisière. Notre chapitre va alors s'orienter sur deux axes.

Le premier axe, avant de pouvoir proposer un modèle global, va illustrer de manière schématique chacune des composantes entrant en jeu dans le phénomène. Celles-ci touchent autant les interactions sociales, la répartition spatiale, les modes de transport, l'arrière-pays, que les flux de passagers. Cependant, avant de pouvoir présenter ces composantes, il est essentiel d'introduire les principales notions théoriques de la modélisation géographique qui sera d'application ensuite. Nous avons, par après, regroupé ces composantes en un seul et même modèle global de la ville de croisière. Une fois interprété, il permettra de rendre compte que, même s'il est construit sur la base de huit ports de la rangée nord-européenne, il peut tout à fait être calqué dans d'autres régions du monde. Dans un second temps, nous avons trouvé opportun de présenter un schéma d'organisation du port de croisière au sein de son hinterland construit sur base de l'étude d'excursions au départ d'un port donné.

Le second axe abordera les pistes de développement, illustrées par différents cas à travers le monde. Il offrira également une comparaison entre le modèle et la ville et port du Havre. Le modèle apparaît ici comme une théorisation spatiale du port et de la ville de croisière mais peut également apparaître comme un outil de comparaison et, de fil en aiguille, un outil d'aide à la décision pour les politiques de développement de la croisière.

## **IX.2. Modèle du port de croisière**

Le port de croisière se développe selon différentes échelles. Tout d'abord, il se développe à une échelle locale, l'échelle urbaine. Dans un second temps, à l'échelle régionale, il s'intègre dans son arrière-pays, dans un réseau de transport international mais également en fonction de son un rayonnement touristique, l'échelle régionale. L'objectif de cette partie est de proposer un modèle du port de croisière en tenant compte de chacune des échelles précitées. Néanmoins, il nous est apparu essentiel de présenter, avant toute construction du modèle, une introduction théorique à la modélisation en géographie.

### ***IX.2.1. La modélisation en géographie***

Les premiers modèles à apparaître en géographie furent principalement des modèles d'économie spatiale sur les lois de localisation des activités tels que le modèle de Christaller sur les lieux centraux (1933), le modèle de Lösch sur la production de biens (1940), ou celui de Von Thünen sur la répartition des activités autour d'une ville (1986). Au fil du temps la quantité et la diversité des modèles utilisés en géographie n'a fait que s'accroître car de nombreux modèles géographiques proviennent d'autres disciplines. Aujourd'hui, malgré la complexité de l'ensemble de ces modèles, trois grandes catégories peuvent être construites, citées par Roger Brunet : des modèles rhétoriques exprimés par le discours, des modèles mathématiques exprimés par des équations, et des modèles iconiques exprimés graphiquement par des dessins ou schémas. Notons cependant qu'une loi théorique définissant un modèle, comme par exemple la loi de gravitation peut être exprimée selon les trois catégories de modèles. Un même phénomène spatial peut être modélisé à plusieurs échelles, se rapportant alors des théories différentes propres à l'échelle utilisée. Le modèle peut également être construit de manière statique ou de manière dynamique rendant alors compte des évolutions liées au phénomène modélisé.

Les modèles propres à la géographie firent leur apparition dans les années 1960. Peter Haggett, en 1965, les définit comme des « *représentations idéalisées du monde réel construites pour démontrer certaines propriétés* » et/ou comme « *des représentations schématique de la réalité, élaborées en vue de la comprendre et de la faire comprendre* ». Le modèle représente les structures essentielles de la réalité mais est surtout utile pour faire ressortir les schémas d'organisation des phénomènes présents dans l'espace. Il se doit de

pouvoir être transposable sur d'autres cas d'études. Modéliser ne signifie pas simplifier mais rechercher les dynamiques et les structures fondamentales d'un espace donné. « *Modéliser, c'est en quelque sorte aller à l'essentiel* » (BRUNET R., 2000).

Roger Brunet (2000) considère que la construction d'un modèle repose sur plusieurs hypothèses. Tout d'abord, il considère que toute société produit de l'espace, cet espace qui est l'objet d'étude privilégié du géographe. La production de cet espace est l'expression des activités sociales qui s'y déroulent, répondant aux besoins simples de la société : se loger, se nourrir, échanger, se distraire, ... Ces activités ne sont pas également réparties dans l'espace car les acteurs présentent des intérêts, des affinités, des représentations différentes. Ces différences entre acteurs sont à l'origine de tensions. Ces actions et tensions se traduisent sur le territoire par des formes géographiques. Notons également que l'on peut déterminer ces dernières comme étant le résultat de « lois » telles que l'appropriation, la gravitation, la division du travail, l'échange, le cantonnement, cependant, ces « lois » ne sont pas stricto sensu des « lois » de l'espace car elles ne peuvent pas être indépendantes de l'action humaine. Le modèle reflète alors l'espace, les actions, les « lois », et les figures géographiques d'hier, d'aujourd'hui ou de demain si le modèle est dynamique. La modélisation est donc un instrument pour décrypter la réalité.

La modélisation s'avère surtout utile en géographie pour quatre grands domaines d'application : l'étude des flux et des réseaux ; les objets géographiques délimités et nommés, principalement via le modèle de ville, des modèles d'États ou pays appaurent également (sous la forme de chorotype par exemple) ; les champs (marge, frontière, fluctuations, axes, foyers, replis, relais,...) ; et les distributions spatiales de phénomènes particuliers basés sur la cartographie thématique.

Dans le cas spécifique qui est abordé ici, le fait de se baser sur huit ports d'étude pour construire notre modèle nous a contraint à nous détacher des lieux et des singularités géographiques de chacune des villes portuaires. La modélisation, dans cette thèse, s'inscrit dans un processus de recherche dont l'objectif est de mieux comprendre les enjeux du développement de la croisière au sein de ces villes.

### **IX.2.2. Organisation fonctionnelle de la ville portuaire de croisière**

En Europe, la plupart des ports de croisière peuvent être vus comme des ports hybrides. En effet, ceux-ci sont à la fois point de départ et/ou d'arrivée de certains itinéraires de croisière et à la fois des ports d'escales pour d'autres itinéraires. La modélisation du port de croisière doit donc prendre en compte l'ensemble des facteurs intervenant dans la construction et le développement du port. Notons également qu'être un port de départ est plus intéressant d'un point de vue économique qu'être une simple ville d'escale, grâce à trois modes de rentrées financières. La première vient des compagnies suite aux dépenses de ravitaillement, la deuxième des passagers lors d'achats de biens, de nuits d'hôtels ou de visites, et la dernière des membres d'équipage. Dans cette optique, le modèle présenté ci-après englobe ces caractéristiques du port de départ et du port d'escale.

Ce modèle a été construit grâce à la comparaison des modèles des ports de croisière de la rangée nord-européenne analysés dans le chapitre précédent et les modèles de ports au sein de leur hinterland présentés ci-après. Les relations existantes entre les différentes parties prenantes du secteur croisière ont également été intégrées au modèle. Il est important de rappeler ici qu'un modèle est une représentation simplifiée de l'espace. Il y est donc impossible d'y inscrire tous les facteurs intervenant dans le bon développement de la croisière. Chacun des points suivants aborde une des structures ou dynamiques entrant en compte dans le modèle de la ville croisière.

- **Les interactions sociales**

La figure suivante présente les interactions pouvant exister entre les différents espaces et les acteurs qui leur sont associés. Quatre sphères d'acteurs apparaissent, correspondant aux quatre espaces fonctionnels présentés dans les modèles villes par villes : l'espace portuaire sera appelé port, l'espace résidentiel sera appelé ville, l'espace urbain touristique sera appelé attrait touristique, et enfin l'espace commercial sera appelé commerces & Horeca. Entre ces quatre sphères d'acteurs, trois interactions sont observées. Les interactions sociales entre les acteurs ont été approfondies dans la deuxième partie de cette thèse (cfr point V.2) et ne seront donc pas re-détaillées en profondeur ici.

Une des interactions principale est celle agissant entre la ville et l'attrait touristique. Il va en effet de soi que cet aspect touristique fait partie intégrante de la ville et est géré par

celle-ci. Il s'agit donc plutôt d'une facette de la ville que d'une sphère à part entière même si certains éléments d'attrait touristique peuvent être détenus par des privés. Les relations entre ville et tourisme seront représentées par exemple par l'office de tourisme. Cette interaction se fait alors à double sens. La ville se charge des budgets de ces zones d'attrait et ces dernières assurent la promotion de la ville à l'international mais permettent également des rentrées d'argent pour la ville.

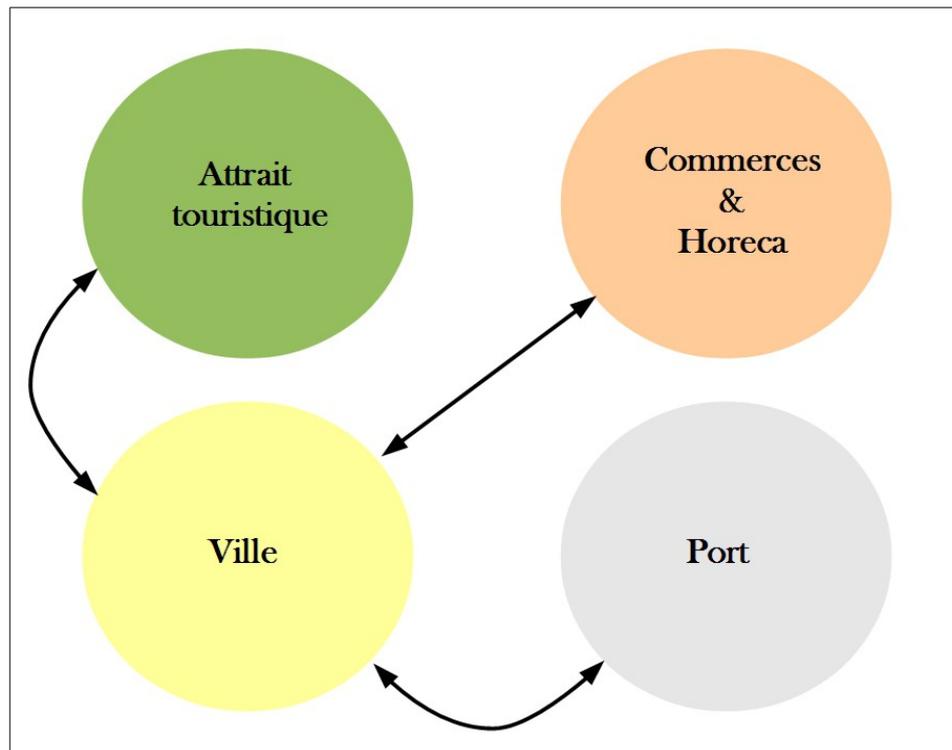


Figure 79 : Organisation schématique des interactions sociales au sein de la ville de croisière

La deuxième interaction est celle existant entre la ville et ses commerçants. Ceux-ci sont généralement indépendants et font vivre une partie de l'économie de la ville. C'est également via la ville que certains commerçants obtiennent une localisation de leur activité au plus près des zones d'affluence comme peuvent l'être les zones touristiques.

La troisième interaction s'applique entre la ville et le port. Indépendant ou géré par la ville il reste toujours dépendant de cette dernière, ne fuisse que pour sa main d'œuvre. Dans le cas de la croisière cette interrelation peut s'avérer encore plus importante vu qu'elle implique une promotion tant dans les infrastructures portuaires que dans l'image de

la ville par exemple.

- Les flux de marchandises et de passagers

Plusieurs distinctions peuvent être faites concernant les flux. La première se fait sur le type de flux : passagers ou marchandises. La seconde se fait sur le sens du flux : entrant ou sortant. Il va de soi que les flux de marchandises jouent une faible importance dans la modélisation de la croisière au sein d'une ville d'escale, mais ils peuvent néanmoins jouer un rôle, notamment par le transport de produits pétroliers.

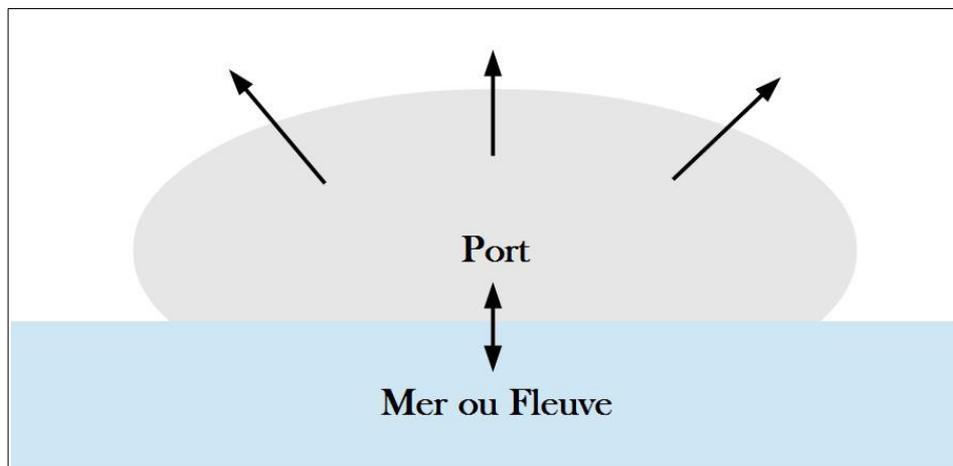


Figure 80 : Organisation schématique des flux de marchandises au sein de la ville de croisière

Les flux de marchandises, qu'ils soient entrant ou sortant, se font bien évidemment avec l'espace portuaire vers l'international grâce à un contact direct avec la mer ou le fleuve drainant la ville de croisière. Il existe également un flux entre le port et l'hinterland dans lequel il est implanté pour écouler la marchandise auprès des populations locales.

Quatre types de flux de passagers entrant peuvent se présenter (figure 81). Le premier, le plus classique, est celui correspondant au flux de passagers descendant du bateau de croisière lors de son escale dans la ville. Ce flux vient donc de l'international (ou d'autres espaces nationaux) par la mer ou le fleuve et pénètre dans la ville par l'intermédiaire du terminal croisière, en rouge au centre du schéma. Deux autres types de flux entrant peuvent également apparaître dans le cas où la ville est un port de départ pour

les itinéraires de croisières. Dans un premier cas, les touristes de la ville ou de la région se rendent au terminal croisière pour embarquer à bord du navire. Dans un second cas, les touristes viennent de plus loin que la région, voire de l'étranger grâce à la présence d'un aéroport. Enfin un dernier type de flux peut être cité. Ce flux intervient lorsque la ville de croisière est une ville très attractive. Elle attire alors des touristes provenant de l'arrière-pays.

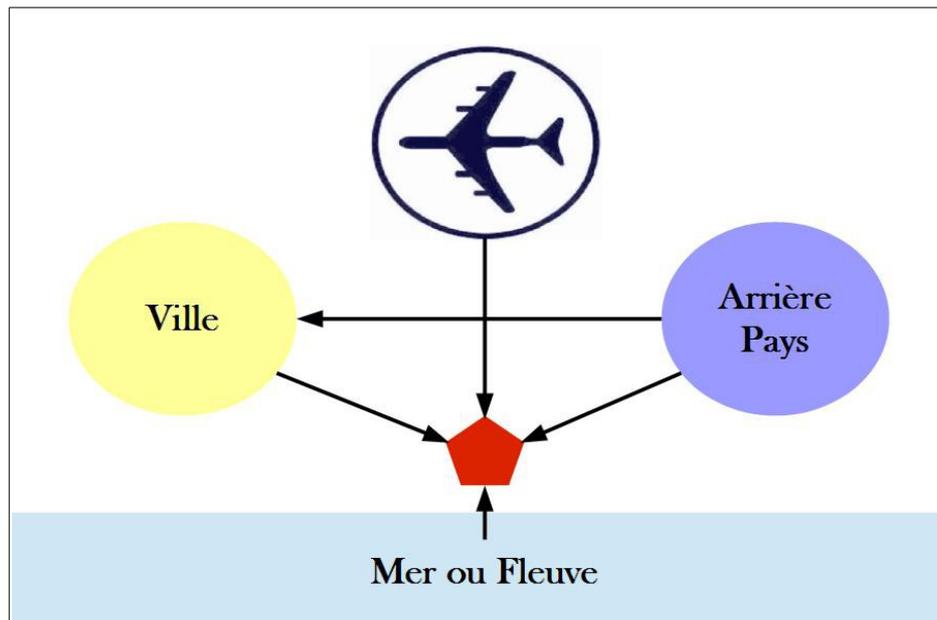


Figure 81 : Organisation schématique des flux de passagers entrants au sein la ville de croisière

Finalement, trois types de flux sortant peuvent apparaître au départ du terminal de croisière (figure 82). Le premier est celui des touristes allant directement du terminal vers la zone urbaine touristique de la ville d'escale. C'est par exemple le cas d'une grande majorité de passagers de croisière en escale à Amsterdam. Le second flux est celui des touristes se rendant vers les zones commerciales. De nombreux magasins, en accord avec les gestionnaires croisières, proposent des produits dispensés de TVA. On observe particulièrement ce phénomène au sein des Caraïbes. Les passagers ne sont même pas obligés de sortir de l'enceinte portuaire pour faire leur shopping. Enfin le dernier flux sortant est celui des passagers se rendant en excursion vers des points d'attrait touristique régionaux. Les passagers en escale au Havre peuvent par exemple se rendre en visite au

Mont-St-Michel, sur les plages du débarquement, à Étretat ou encore à Paris.

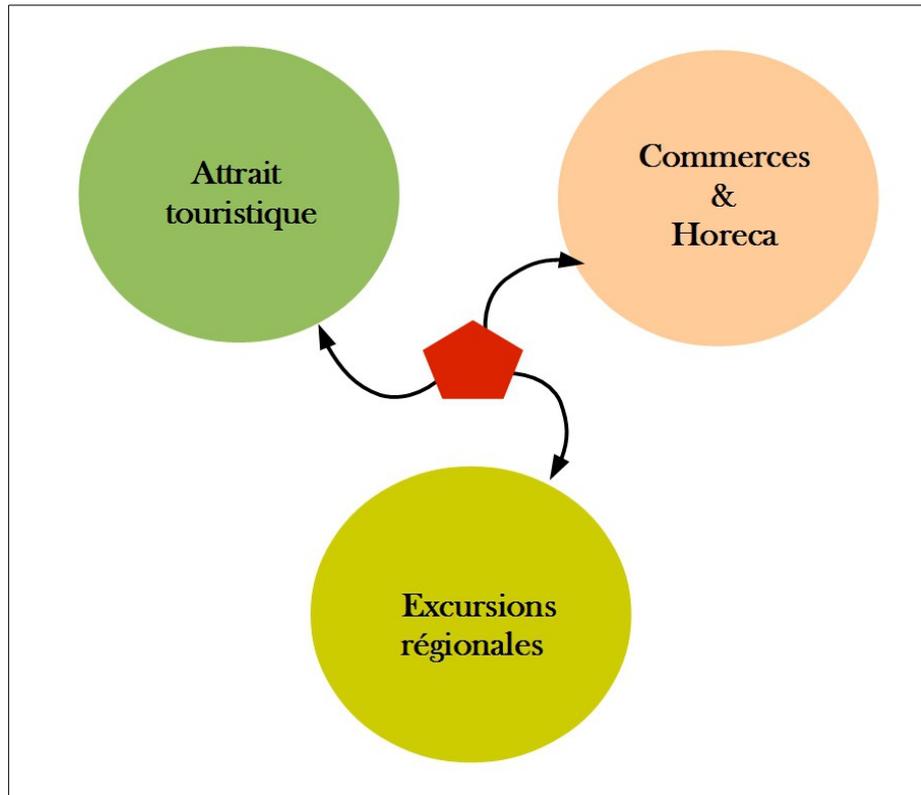


Figure 82 : Organisation schématique des flux de passagers sortants au sein de la ville de croisière

- Les transports

Le réseau de transports urbains n'est souvent pas lié du tout au développement touristique de la ville mais il arrive que quelques aménagements soient mis en place spécifiquement pour ce dernier.

Quatre modes de transports ont été retranscrit ici dans le schéma des transports (figure 83). Le premier est le transport urbain. Dans une optique de développement durable, les transports publics en site propre tels que le tram ou le métro sont privilégiés par rapport aux transports publics tels que le bus. De plus ces modes de transports nécessitent de plus gros investissements que ce soit pour les infrastructures ou le matériel roulant. Ce réseau urbain draine de manière plus ou moins uniforme la ville.

Le deuxième type de transport est le transport routier. Ce type a été principalement intégré pour illustrer la connexion entre la ville et les attractions touristiques. Même s'il est également présent au sein du district urbain, nous avons principalement représenté le réseau routier de l'hinterland souvent indiqué par le réseau autoroutier.

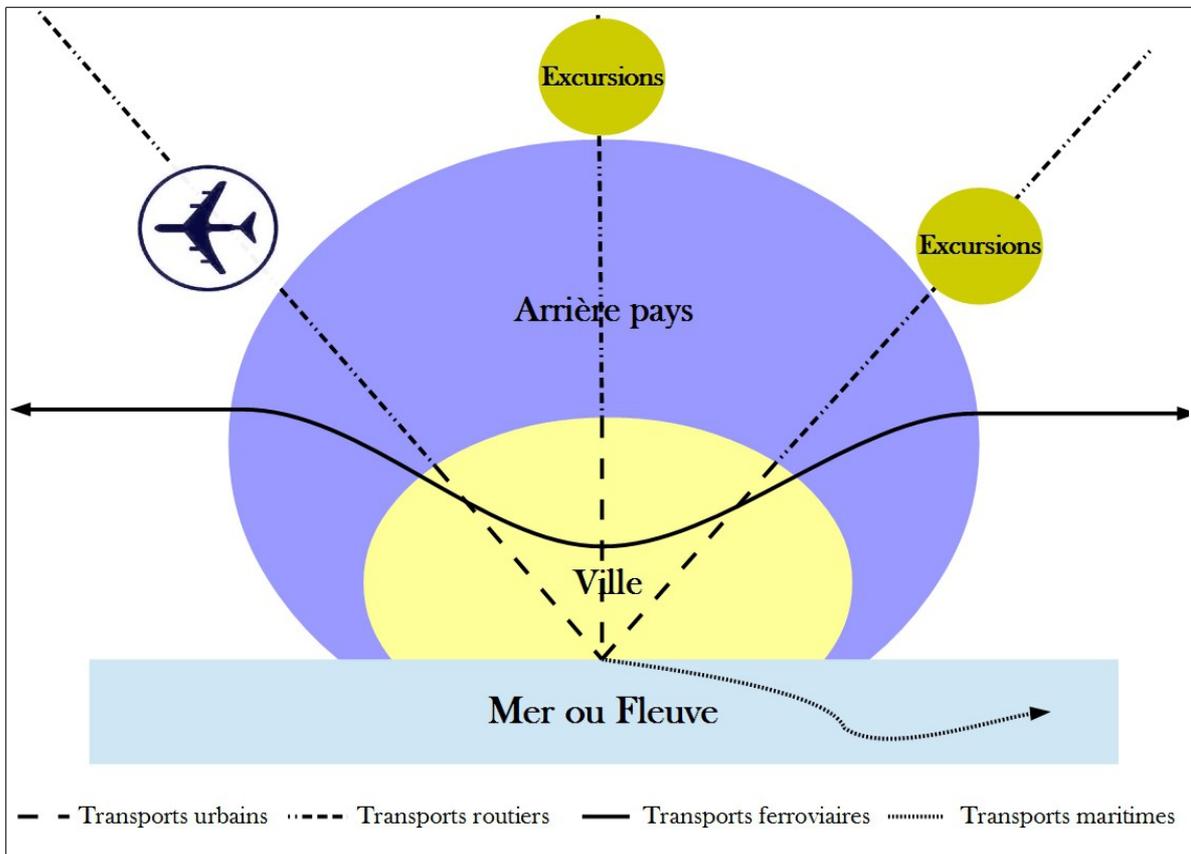


Figure 83 : Organisation schématique des transports au sein de la ville de croisière

Le troisième type de transport est le transport ferroviaire. La ligne ferrée traverse souvent la ville en direction d'autres villes de l'hinterland ou plus lointaines si elle est construite pour le transport à grande vitesse. Même s'il est en site propre et généralement public, le transport ferroviaire se distingue du premier type de transport cité ici par le fait qu'il n'est pas exclusivement urbain.

Enfin le dernier type de transport est le transport maritime. Celui-ci peut se présenter de trois manières. La première est évidemment le transport de passagers dans le cadre d'une croisière océanique ou fluviale. La deuxième est le transport via ferry. Dans le

cas du Havre, seule une ligne directe vers Portsmouth existe mais dans le cas des ports de la mer Baltique, ceux-ci possèdent de nombreuses lignes vers les villes voisines, parfois même vers les villes d'autres pays. Le troisième type de transport maritime s'illustre par des navettes fluviales. Celles-ci s'organisent comme des taxis. Dans le cas de villes fortement drainée par des réseaux de canaux, il est souvent plus rapide de faire appel à des navettes maritimes ou fluviales qu'à des transports terrestres.

- Les aménagements urbains

Le développement de la croisière dans une ville est souvent l'occasion de repenser l'interface-ville-port.

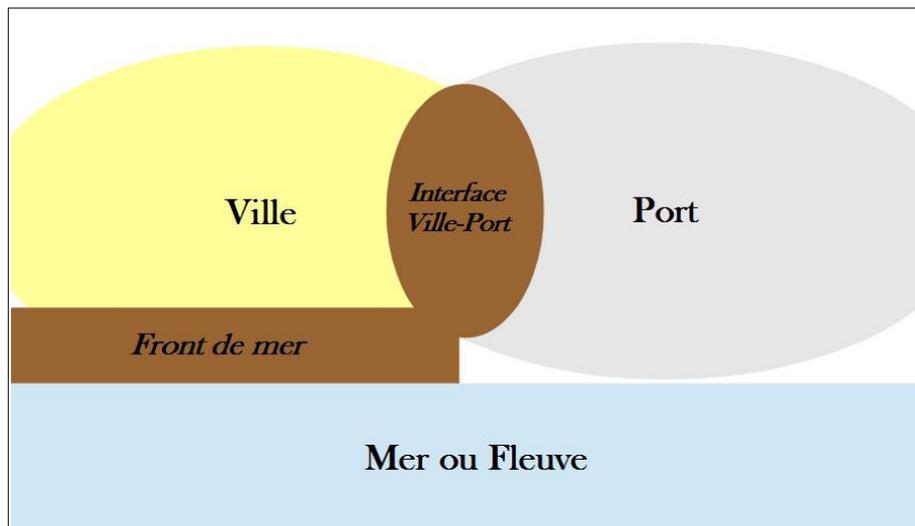


Figure 84 : Organisation schématique des aménagements au sein de la ville de croisière

De nombreuses villes mettent alors en place des politiques d'aménagements du front de mer et de l'interface entre ville et ports. Ceux-ci sont illustrés en brun sur le modèle. Différents exemples d'intégration de la croisière au sein du front de mer seront notamment présentés en fin de chapitre. Le retour de la ville vers le port est riche d'opportunités. De plus en plus de villes portuaires pensent à remodeler leur interface ville-port, nous en présenterons trois exemples. La ville de Cape Town a par exemple mis en place des espaces commerciaux et ludiques à proximité d'espaces portuaires actifs notamment grâce à la construction navale (cf working waterfront (CHARLIER J., 2009)). La ville propose également des animations en utilisant différents bassins portuaires. La

ville de Gênes a aménagé les bords du vieux port et de la ville historique notamment en réhabilitant d'anciens dépôts de coton qui offre maintenant une salle de spectacle et un patinoire durant l'hiver. À côté de ces anciens dépôts, une longue promenade piétonne a été construite permettant aux habitants et aux touristes de longer le front de mer. Le long de celle-ci, plusieurs musées peuvent être visités dont l'aquarium. La ville a lancé un concours d'architectes et de designers pour redessiner le *Ponte Parodi* permettant de donner une image moderne au front de mer. La ville de Sydney, implanté au sein d'une baie, présente plusieurs kilomètres de front de mer pouvant être exploités. *Darling Harbour* est un port adjacent au centre-ville de Sydney proposant de nombreux espaces publics offrant de cette manière un lieu de détente et de loisirs, le tout sécurisé au sein d'un espace pédestre. La redynamisation complète du quartier devrait être complète d'ici 2020. C'est au sein de ce quartier que se développe le terminal croisière. D'autres quartiers portuaires de la ville de Sydney sont également aménagés pour mettre en lien activités portuaires et urbanité tels que *Woolloomooloo* ayant réaménagé d'anciens entrepôts en logements et commerces, ou *Walsh Bay* qui mêle activités culturelles et historiques en offrant un panorama sur les activités portuaires.

L'un des acteurs les plus connus du redéveloppement des interfaces villes-ports est l'AIVP. Il s'agit de la seule organisation internationale rassemblant les acteurs publics et privés intervenant dans le développement des villes portuaires. L'association regroupe des représentants des villes et collectivités locales, des représentants des administrations portuaires, des représentants des entreprises, des prestataires de services tels que les architectes, les paysagistes et les urbanistes, et enfin des universités et instituts de recherches. Elle accompagne et soutient les acteurs adhérents dans leurs études et/ou stratégies de redynamisation des interfaces en abordant les problématique d'intégration urbano-portuaire, d'intégration sociale, de changement climatique, de transition énergétique et de changements de dynamique du marché de la croisière. Elle consiste principalement en un réseau d'échanges entre les différents membres adhérents mais propose également des missions d'animations ou de comparaison de marché via des experts du réseau, l'organisation d'événements, de rencontres internationales, ...

**IX.2.3. Modélisation de la ville de croisière**

Notre modèle de la ville de croisière, développé dans la suite de ce point, s'organise en combinant les différents schémas préparatoires analysés auparavant, regroupés à la figure suivante.

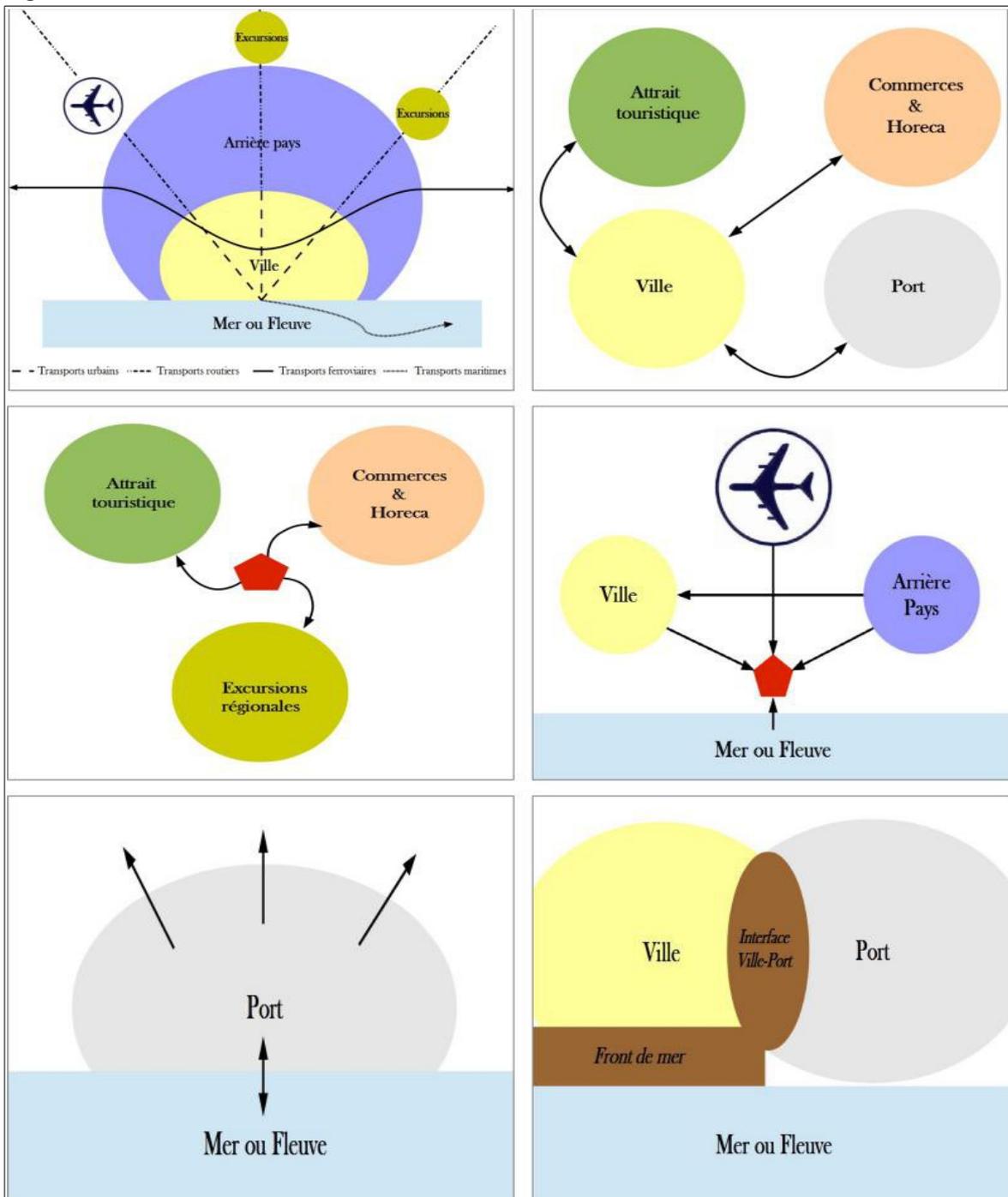
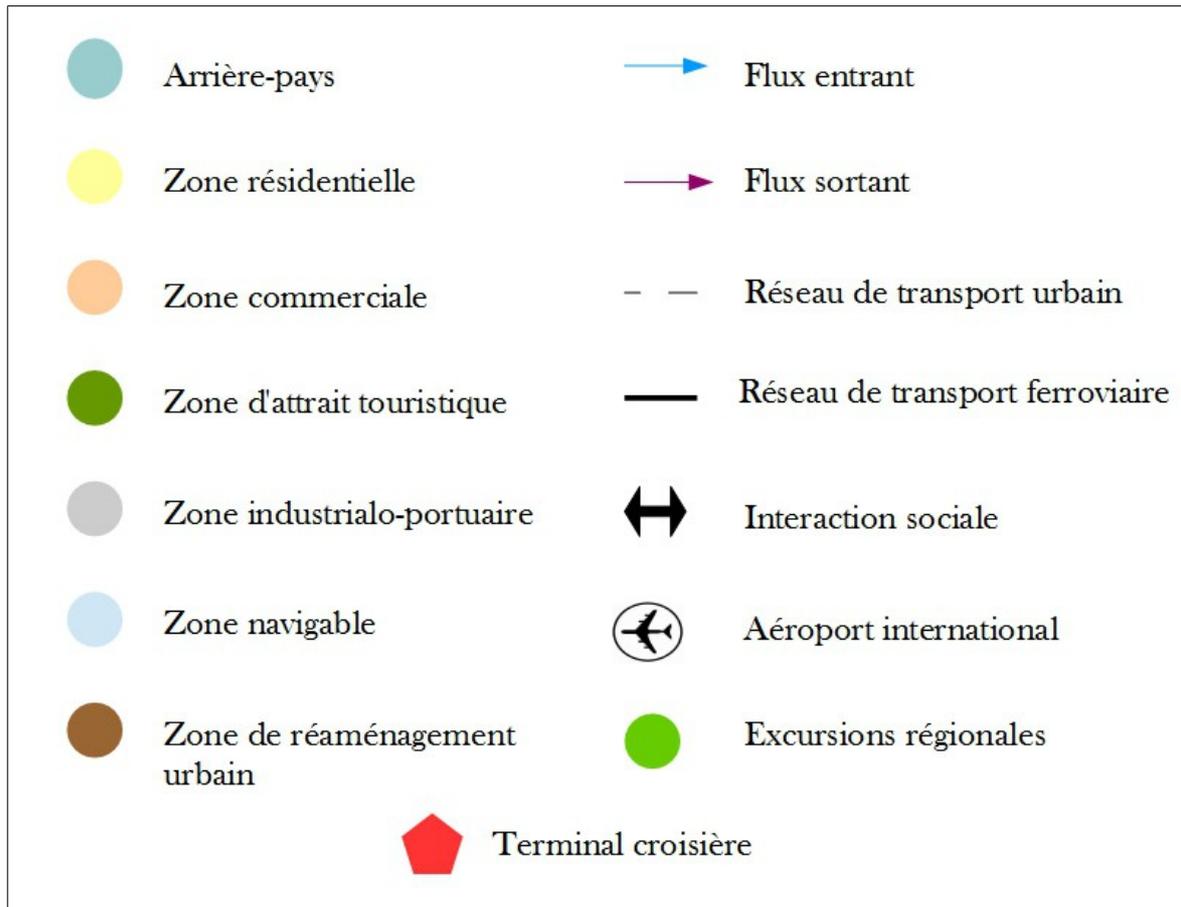


Figure 85 : Les composantes du modèle de la ville portuaire de croisière

Six composantes ont été répertoriées et détaillées au point IX.2.2 : la composante du transport, la composante des relations sociales, la composante des flux de passagers (entrant et sortant), la composante des flux de marchandises, et la composante des aménagements urbano-portuaires.

Chacun des schémas d'organisation fonctionnelle présentés auparavant peuvent être regroupés sur un seul modèle global de la ville de croisière présenté par la figure 86.



Comme l'illustre la légende du modèle, quatre espaces spécifiques ont été représentés. Le premier est évidemment l'espace industrialo-portuaire. Celui-ci se caractérise par une nette dominance des activités portuaires ou autres activités associées. Par exemple, suite au transport maritime de pétrole, on peut observer l'implantation de raffineries ou dans le cas de conteneurs, on observe la mise en place de plates-formes multimodales. Cet espace engendre un échange direct avec l'international via l'accès maritime. Il implique alors un contact avec la mer ou le fleuve bordant la ville portuaire.



Le deuxième espace est le centre urbain. Celui-ci se différencie du reste de l'espace urbain grâce à un patrimoine bâti typique digne d'intérêt pour les touristes venant de la croisière ou du tourisme de manière plus générale. Celui-ci peut être historique comme les canaux et les maisons typiques du centre d'Amsterdam, ou plus moderne comme de nombreux bâtiments dans le centre de Rotterdam. Il peut même être reconnu internationalement comme un patrimoine mondial en étant inscrit à l'Unesco (Amsterdam, Le Havre, ...). On observe également que ce centre urbain se trouve en contact direct avec les eaux car il est le plus souvent le point central d'implantation de la ville historique.

Le troisième espace est un espace commercial. Il est évident que cet espace n'est pas uniquement commercial mais il apparaît que c'est cette fonction qui domine les autres. Cet espace regroupe donc des magasins, mais également des cafés, restaurants ou encore quelques hôtels. Il peut être aménagé pour une circulation piétonne plus aisée, construit comme un centre commercial couvert ou simplement non spécialement aménagé (cf figure 87). Il est difficilement intégré au centre urbain touristique suite aux restrictions urbanistiques pouvant être d'application pour la conservation du patrimoine historique. Enfin, le dernier espace se caractérise seulement par sa fonction résidentielle principale.

En dehors de ces espaces, des flux ont été représentés : les flux sortant et les flux entrant. Quatre flux entrant peuvent être distingués. Le premier correspond à l'arrivée de croisiéristes lors d'escales de navires de croisière dans la ville portuaire. Le deuxième correspond à l'arrivée de passagers dans le terminal provenant directement de(s) l'aéroport(s) le(s) plus proche(s) dans le cas où le port est un port de départ d'itinéraires. Le troisième est un flux de touristes provenant directement de l'hinterland de la ville de croisière. En parallèle à ces trois flux de passagers, on observe également un flux entrant de marchandises dans l'espace portuaire. Quatre types de flux sortants sont indiqués. Le premier concerne le flux des touristes descendant du bateau pour visiter le centre de la ville d'escale.

Le deuxième flux représente le flux de passagers vers les zones de shopping. Le troisième flux est celui représenté par les touristes se rendant vers des attractions en dehors de la ville, qu'elles soient régionales ou à plusieurs dizaines de kilomètres. Le dernier flux n'est pas un flux de passagers mais un flux de marchandises sortant du port vers l'international ou l'hinterland.



**Figure 87 : Aménagement des centres commerciaux**  
Crédits photos : Furlanetto, 2013 - 2014.

*La photo en haut à gauche représente la Lijnbaan à Rotterdam. Elle illustre une rue commerçante partiellement aménagée avec ces préaux vitrés protégeant les consommateurs lors de leurs achats. La photo en haut à droite représente les Docks Vauban au Havre. Elle illustre l'aménagement d'un centre commercial couvert intégrant magasins, cafés, restaurants et centre de loisirs au sein d'anciens bâtiments portuaires. La photo du bas représente la Meir à Anvers. La rue commerçante a été piédestrisée*

En parallèle à ces flux, des interactions sociales ont également été intégrées au modèle car elles sont indispensables au fonctionnement du système croisière. La principale interaction, la seule intégrée au modèle, est celle existant entre la ville et le port. Dans certains cas, le port est géré par les autorités municipales mais dans d'autres cas, le port est autonome. Une collaboration entre les deux acteurs est donc indispensable pour un bon

développement urbain, industriel et touristique. D'autres interactions peuvent cependant exister comme celle intervenant entre le port, voire la ville portuaire, et l'extérieur, à savoir d'autres régions ou d'autres pays.

Un autre type de facteurs à être intégré au modèle concerne l'accessibilité. Trois éléments y sont indiqués. Le premier est la présence d'un aéroport à proximité. Le deuxième est que cet aéroport et les attractions touristiques régionales soient connectés au terminal grâce un réseau autoroutier (ou simplement routier). Le troisième est la présence de transports publics urbains permettant aux touristes de se déplacer plus aisément dans le centre.

Le dernier élément intégré au modèle représente les zones de réaménagement. Un des meilleurs exemples concerne les interfaces ville-port et les *waterfronts*. Ceux-ci seront approfondis dans les pistes de politiques de développement en fin de chapitre. Comme on le constate grâce au modèle, le terminal croisière est à cheval sur l'espace portuaire et sur l'espace urbain.

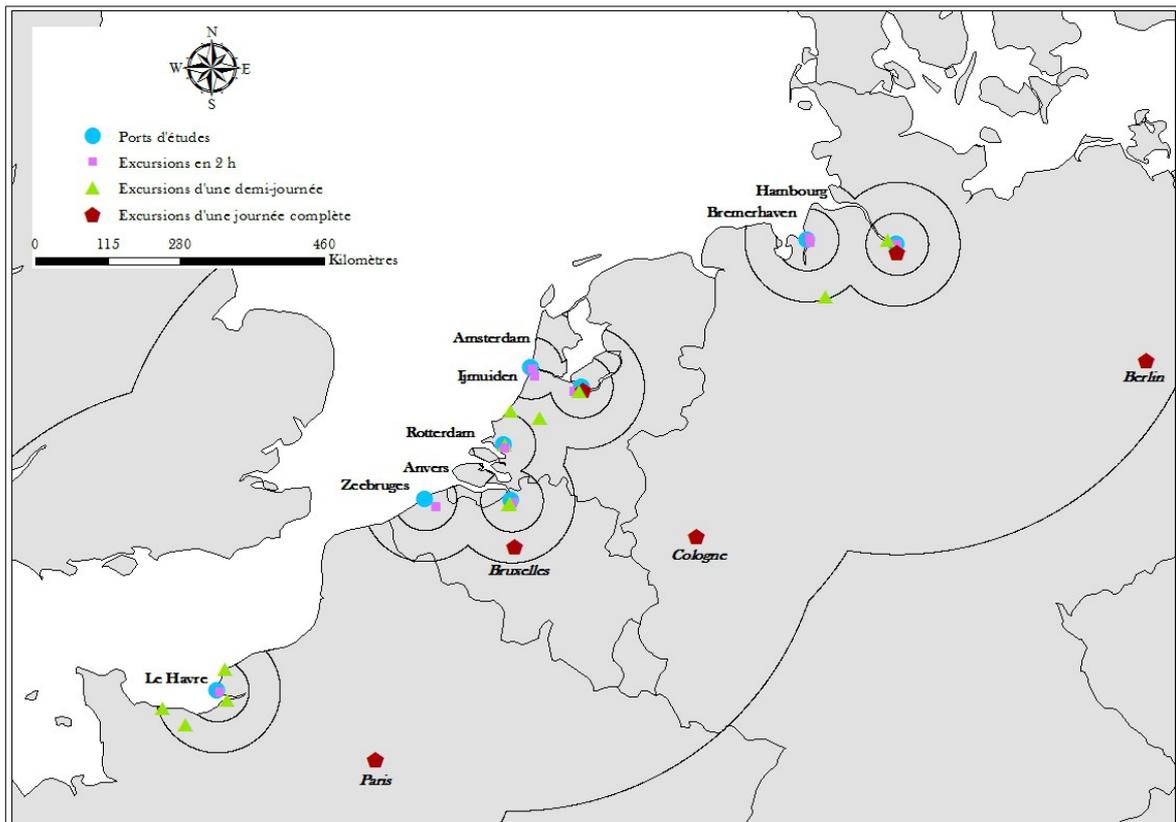
La nécessité de se positionner sur l'espace portuaire est surtout due à la nécessité de bénéficier d'infrastructures. Les bateaux, de plus en plus grands, ont besoin de quais d'une longueur et d'un tirant d'eau suffisants. Seule l'autorité portuaire peut fournir ces infrastructures. La nécessité de se positionner sur l'espace urbain est liée au besoin de navettes et des connexions entre le terminal et les attractions touristiques du centre-ville. C'est pour adoucir la rupture paysagère entre ces deux espaces que se développent de plus en plus de politiques d'aménagement des littoraux.

#### ***IX.2.4. Modèle à l'échelle régionale***

Le port de croisière dépend profondément de son arrière-pays, que ce soit pour la diversité d'excursions qu'il propose ou pour son accessibilité routière, ferroviaire ou aérienne. Dans le cas suivant, l'analyse de l'offre d'excursion permettra de rendre compte de la logique suivie par le port d'escale. Nous tenterons donc de cartographier les principales attractions des régions avoisinantes à nos ports d'étude.

De manière à modéliser les flux de touristes au sein de la ville d'escale et de la région, l'analyse de l'offre d'excursions pour chacun de nos ports d'étude s'est révélée

comme un indicateur efficace. L'*Atlantic Alliance*, regroupant entre autres les ports de cette étude, propose, à l'attention des compagnies de croisières voulant faire escale dans les villes membres, un aperçu des excursions les plus attractives selon le laps de temps disponible. La figure suivante reprend ces excursions au sein d'une même carte. Trois catégories peuvent être différenciées. La première comprend les activités réalisables en deux heures, la deuxième comprend les activités à faire pour une demi-journée et enfin la troisième catégorie englobe les lieux à voir pour une journée complète voire plus.



**Figure 88 : Offre d'excursion au départ des ports d'études selon la durée.  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
Sources des données : (ATLANTIC ALLIANCE, 2014)**

De manière à aider la lecture de cette carte, les courbes de distance par rapport aux ports ont été rajoutées. La première courbe représente une distance 50 kilomètres, la deuxième est à une distance de 100 kilomètres des ports et la dernière est à une distance de 500 kilomètres. On peut tout d'abord affirmer que l'ensemble des excursions proposées lors d'escales dans l'un ou l'autre des ports de cette étude se situe dans un rayon inférieur à 500

kilomètres. On observe également que seules deux villes accueillent les trois types d'excursions : Amsterdam et Hambourg. La ville d'Anvers accueille les excursions de quelques heures ou d'une demi-journée mais peu souvent celles d'une journée complète. Dans le cas d'une excursion de plus de huit heures, les touristes se rendent dans la capitale belge, Bruxelles, mais également à Waterloo. Rotterdam, Le Havre et Bremerhaven s'affichent comme des villes d'escales attractives pour quelques heures. Enfin, Zeebruges et Ijmuiden ne sont dans ce cas-ci que des ports et non pas des villes intéressantes pour les touristes en escale. Notons que ces observations s'établissent sur la majorité du flux de touristes. Il est bien évident que certains touristes restent une journée entière dans la ville du Havre par exemple.

L'utilisation des systèmes d'information géographique permet de combiner cette couche d'informations avec celles présentées précédemment telles que le réseau autoroutier et le patrimoine inscrit à l'Unesco. La représentation graphique de ces trois données sur un même élément n'étant pas évidente, la carte ne sera pas présentée ici mais les éléments ressortant de son analyse s'avèrent utiles pour la construction de notre modèle. Plusieurs des villes indiquées comme destinations d'excursions sont des villes inscrites à l'Unesco telles que Le Havre, Paris, Bruges, et Amsterdam. Pour les autres excursions proposées, on peut constater que plusieurs bâtiments historiques, culturels, ou plusieurs zones naturelles inscrites à l'Unesco s'intègrent au sein de ces villes. On observe également que les ports sont bien connectés aux destinations d'excursions grâce au réseau autoroutier permettant aux autocars de touristes de se déplacer facilement d'une attraction à l'autre sans perdre trop de temps en trajet. De ces observations, une modélisation de différents types de ports est réalisée. Selon le modèle portuaire, les politiques de développement à mettre en place seront différentes. Cependant, un canevas global peut être posé. La promotion d'un port de croisière se fait avant tout auprès des compagnies de croisières et non des touristes car ce sont elles qui vont pouvoir proposer des itinéraires faisant escale dans la ville promue. Dès lors les politiques doivent être mises en place dans ce sens-là.

Cinq modèles de port sont proposés sur la base des ports d'étude. Notons qu'une proposition du fonctionnement du port de croisière avec son arrière-pays a déjà été faite par Gui & Paolo Russo (GUI L., PAOLO RUSSO A., 2011), mais sans explication quant au cheminement leur ayant permis de proposer ces modèles. De plus cette étude s'inscrivait dans une analyse des chaînes logistiques et non de l'organisation de l'espace. Néanmoins

les trois premiers schémas présentés (trou noir, équilibre et porte) sont fortement similaires à ceux présentés par Gui & Paolo Russo, les deux autres schémas n'ayant pas d'existence antérieure. Ce n'est qu'après avoir construit les schémas présentés à la figure 89 que nous nous sommes rendu compte du parallèle avec les écrits de ces deux auteurs. Chaque schéma va ci-après être présenté et mis en lien avec le ou les ports ayant permis cette abstraction.

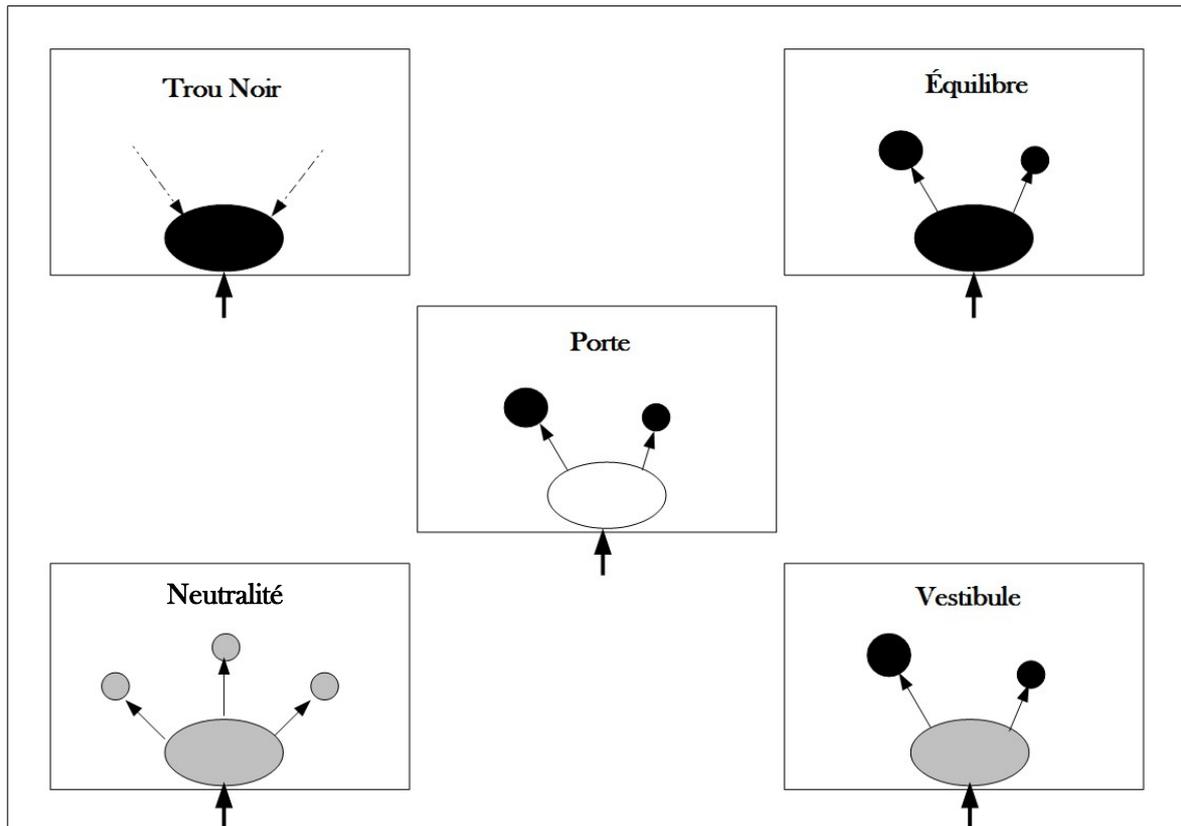


Figure 89 : Schémas d'organisation spatiale du port de croisière au sein de son hinterland  
Réalisation : Furlanetto G., CIRTAI - IDEES, 2014.  
D'après (GUI L., PAOLO RUSSO A., 2011)

Le port « trou noir » tire son origine de l'agencement des ports d'Amsterdam, Anvers et Hambourg. Ce modèle tire son nom du trou noir en physique défini comme une région de l'espace dont le champ gravitationnel est tellement fort que rien ne peut en sortir. Dans ce cas de figure, la ville portuaire est caractérisée par d'importantes attractions touristiques. Les passagers de croisières ne montrent alors que très peu d'intérêt à se déplacer en dehors du centre-ville pour visiter la région environnante. La ville attire

également des touristes en dehors du système croisière. Ce type de ville va se caractériser par une possible congestion due au flux trop important de touristes. En effet, lors d'une escale d'un navire de croisières, une moyenne d'environ 1500 à 2000 individus descendent en même temps vers le centre-ville.

Le port « équilibre » fut modélisé sur base du port de Rotterdam. Dans ce cas-ci, la ville portuaire possède un grand pouvoir d'attraction mais il existe des pôles dans la région ayant un pouvoir d'attraction touristique tout aussi important. Le flux de touristes se répartit donc entre la ville portuaire et la région. Le port d'Anvers pourrait également se positionner dans ce type de port mais il reste que la majorité des touristes restent dans le centre d'Anvers et qu'une minorité se rend jusque Bruxelles ou Bruges.

Le port « porte » (ou *gateway* en anglais) est construit sur base du port d' Ijmuiden mais également sur celui de Zeebruges. Dans ce cas, les touristes ne restent pas dans la ville d'escale, ils descendent du navire pour monter dans un autocar à destination de l'hinterland. Dans le cas de Zeebruges, la très grande majorité des touristes se rendent à Bruges, également appelée la Venise du nord ; pour le cas d' Ijmuiden, les passagers peuvent tout autant se rendre à Amsterdam, Haarlem ou en visite de la Hollande et de ses polders. Cependant, la visite d'Amsterdam reste dominante sur les autres. Le flux de touristes apparaît alors ici juste comme un transit.

Le port « vestibule » est un port dont le fonctionnement est à mi-chemin entre le trou noir et la porte. Dans ce cas, la ville portuaire possède des attractions touristiques qui attirent les passagers mais une partie du flux de touristes continue à transiter dans la ville portuaire à destination de plus grandes attractions touristiques dans la région. Ce type de modèle est par exemple d'application dans la ville du Havre. En effet, le centre-ville, inscrit à l'Unesco, attire la curiosité des passagers en escale même si une grande partie des individus à bord descendent du navire pour monter dans un autocar à destination de Paris.

Enfin le dernier modèle, le port « neutralité », se concrétise lorsque aucune excursion n'est vraiment prépondérante sur les autres. En effet, dans un tel cas, la ville portuaire possède des attractions pour lesquelles les touristes manifestent autant d'intérêt que pour les attractions régionales. Le port de Bremerhaven illustre bien ce modèle. Effectivement la ville présente divers attraits (musées, maison du climat, centre-ville commerçant piétonnier) mais se situe aussi dans une région composée de plusieurs villes attractives comme Brême, Hambourg, voire Cologne lors d'escales plus longues.

Ces modes de fonctionnement, construits sur base de la rangée nord-européenne, peuvent être confrontés à des ports d'autres régions du monde. Notons que ces modèles reposent sur le fait que le port soit un port d'escale. Dans le cas d'un *home port*, c'est-à-dire le port de départ d'itinéraire de croisière, d'autres facteurs que l'offre d'excursions seront à prendre en considération comme l'offre de parking, les facilités de connexions avec des aéroports internationaux, un terminal aménagé pour l'enregistrement des bagages, des services adéquats pour le navire quant à l'approvisionnement en denrées mais également en carburant. Dans le cas d'un port d'escale, seules les facilités de parking pour autocar, les offres d'excursions, et les facilités d'amarrage importent.

### **IX.3. Pistes de développement et d'aménagement**

Selon les cas de figures, plusieurs pistes de développement peuvent être mises en place. Nous veillerons ici à en exposer un éventail plutôt large concernant les aménagements urbains, les aménagements portuaires, le développement du terminal.

#### ***IX.3.1. Pistes globales de développement***

Ce point vise à présenter plusieurs pistes de développement en tirant exemple de différents cas en élargissant à travers le monde. Quatre pistes seront abordées. Celles-ci sont introduites dans l'ordre dans lequel le touriste y est confronté : le développement du terminal, le développement des interfaces ville-port, les politiques d'intégration urbaine, et enfin les politiques d'intégration régionales et/ou nationales.

- *Le développement du terminal*

Le terminal reste un élément important dans les politiques de développement. Il est en effet la porte d'entrée et de sortie des croisiéristes dans la ville d'escale. Les monuments portuaires sont devenus éléments identitaires de la ville portuaire. Il reste que la construction d'un nouveau terminal prestigieux n'est pas un gage d'augmentation d'attractivité de la ville. Le terminal sera attractif s'il répond correctement aux besoins des compagnies de croisières et des passagers. Néanmoins son utilité sera plus importante dans le cas où le port est un port de départ que dans le cas où il est un port d'escale. Il reste important de noter que le terminal n'est pas l'unique facteur du fait qu'une ville devienne

port de départ. Celle-ci doit également offrir des destinations touristiques attractives et de bonnes connexions aériennes et routières. Si la ville ne possède pas ces éléments, il est alors inutile pour elle de tenter de se promouvoir comme un port de départ en aménageant son terminal, et elle doit donc adapter ses stratégies marketing en tant que port d'escale.

Au sein des ports de notre enquête, les terminaux de croisière se trouvent à une distance inférieure à 5 kilomètres entre le lieu d'arrivée des croisiéristes et le centre-ville, souvent principal attrait touristique, ce qui est une distance respectable. La plupart de ces terminaux sont de nouveaux édifices, soit à l'architecture moderne, soit à l'architecture intégrée au modèle urbanistique de la ville dans laquelle ils sont implantés. Le terminal provisoire d'Hambourg – Hafencity est par exemple construit avec d'anciens conteneurs, le terminal d'Anvers s'intègre au paysage urbain en s'implantant sous les anciens hangars. Le terminal devient plus qu'un lieu de débarquement pour les passagers en escale, il est un espace public ouvert aux touristes de croisière, aux touristes de passage et même aux populations locales.

Plusieurs éléments du terminal croisière sont apparus comme indispensables car présents dans la totalité des huit ports étudiés. Tout d'abord, chaque terminal se doit de posséder un parking sécurisé permettant un accès aisé des autocars et le gardiennage prolongé des véhicules des touristes au départ d'une croisière dans le port donné. Le parking de Bremerhaven se présente par exemple comme une gare routière pour les autocars, tandis que l'accès des cars dans le terminal d'Amsterdam se fait au sous-sol du hall d'accueil et permet alors d'isoler cet élément disgracieux du paysage et de ne pas encombrer la route jouxtant le bâtiment. Ensuite, les terminaux sont reliés aux centre-villes grâce aux transports publics (métro, tram, ou bus) mais également grâce des pistes cyclables isolées du trafic routier (piste distincte de la chaussée). L'utilisation de vélos permet aux passagers de se déplacer plus rapidement et de manière moins fatigante dans toute la ville. Un troisième élément vu comme important, et permettant de valoriser l'image de la croisière auprès des habitants de la ville, est le pont promenade. Celui-ci permet d'offrir une vue panoramique sur le navire, le port, ou la ville. Restent alors les facteurs liés au bien-être du passager et des membres d'équipage : une boutique proposant de la presse ou des souvenirs, un stand d'informations, de la petite restauration, et un réseau internet en libre accès.

La construction d'un nouveau terminal, moderne et prestigieux, n'implique pas

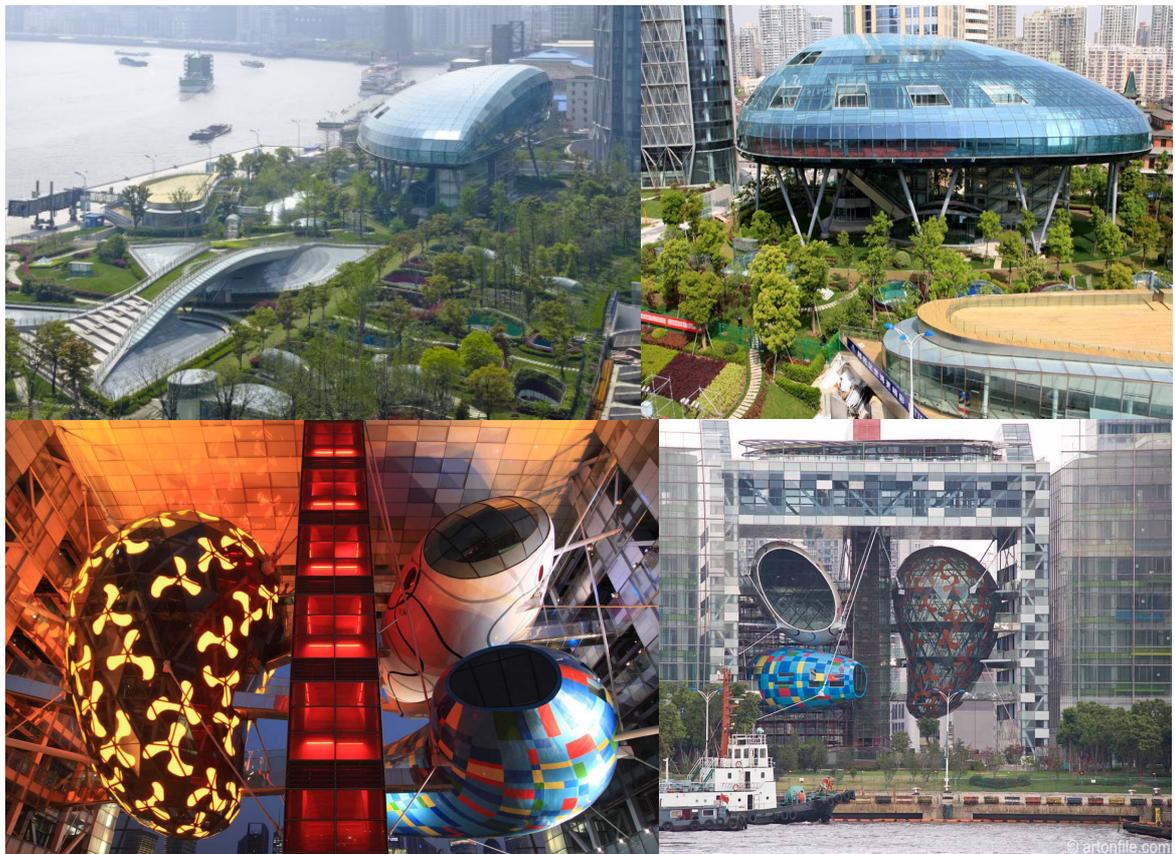
uniquement une meilleure attraction des compagnies de croisière. Ce dernier joue aussi le rôle d'image de la ville en intégrant plusieurs fonctions : il peut être un lien direct entre les activités portuaires et la ville, que ce soit pour les habitants ou les touristes. Plusieurs possibilités d'activités s'offrent alors aux responsables du building : centre de shopping, lieu de réunion et conférences, salle de réception, galeries d'art ou tout simplement d'exposition, centre de recherche, ou encore plus simplement un lieu de détente et de relaxation. Plusieurs villes ont intégré le terminal dans une zone de re-développement du front de mer en l'associant à des espaces de promenade ou de restauration (voir le point suivant sur les interfaces ville-port).



**Figure 90 : Le terminal croisière de Hong Kong**  
Crédits Photo : Kai Tak Cruise Terminal

*La photo du haut illustre la vue offerte par le terminal sur les jardins en avant plan et la ville en arrière plan. La photo du bas est l'illustration du projet du terminal avec les promenades et jardins publics sur le toit.*

De cette manière, la localisation du terminal permet alors d'attirer un plus grand public dans des espaces mi-urbains, mi-portuaires engendrant de la sorte des bénéfices économiques pour la communauté locale. Ces propos s'illustrent par exemple par le terminal de Hong Kong réalisé sur le site de l'ancien aéroport (figure 90). Le bâtiment a été conçu avec un intérieur spacieux permettant de proposer de grands spectacles, des expositions ou autres. Il propose également une promenade piétonne ouvrant sur un large jardin public et offrant une vue panoramique sur les paquebots de croisière en escale. Il est cependant pensé pour une bonne gestion logistique des passagers en escale en permettant d'accueillir 8400 passagers et 1200 membres d'équipage.



**Figure 91 : Le terminal croisière de Shanghai**  
Crédits photos : Art-on-file

*Les photos présentées dans cette figure illustrent le terminal passager de Shanghai (Ferries et croisières). Celui-ci est composé de neuf bâtiments. Les photos du haut nous indiquent le principal bâtiment utilisé pour les croisières et les jardins l'environnant. Les photos du bas illustre le « Shanghai Chandelier », un complexe de bars et de restaurants dans des formes inhabituelles suspendues à des câbles d'acier*

D'autres terminaux suivent cette logique d'intégration commerciale et publique du terminal à la ville comme le terminal de Vancouver pour le continent américain. Posséder un terminal de qualité, image représentative des attraits de la ville, permet alors aux autorités locales de mieux se vendre sur la scène internationale, auprès des compagnies de croisière, de sorte à ce que celles-ci mettent en place des itinéraires faisant escale dans leur ville. Le cas de Shanghai est également un exemple de monument portuaire identitaire, image d'une ville moderne tournée vers le XXI<sup>e</sup> siècle (figure 91). Celui-ci fut construit pour l'exposition universelle de 2010. Il est composé de neuf bâtiments à l'architecture innovante et intègre commerces, restaurants, et espaces de détente publics.

Le terminal, pour représenter la ville et la croisière, se doit d'être un lieu multifonctionnel et à l'image de la ville. Neuf, ou rénové, le bâtiment doit permettre de gérer des flux de touristes importants mais également l'accueil de conférences ou d'événements en tout genres.

- Les interfaces villes-ports

La croisière s'illustre dans de nombreuses villes comme l'élément déclencheur de projet de rénovation urbaine et notamment des fronts de mers ou des interfaces ville-port. En effet, le projet portuaire doit s'intégrer dans celui plus large de la ville portuaire. C'est ainsi que plusieurs villes telles qu' Hambourg, Anvers ou Rotterdam vont se réapproprier des friches portuaires dans l'optique d'un développement urbain à long terme. Ces projets ne se font pas dans une optique de reconquête urbaine mais plutôt dans celle d'une valorisation des villes portuaires, entre l'urbain et le port. C'est une collaboration indéfectible entre les autorités portuaires et municipales qui permet un développement harmonieux des deux parties.

Prenons comme premier exemple le cas de la ville d' Hambourg. Elle possède un des principaux ports d'Europe. Ce port fait face à la ville état et son architecture typique, de même que ses activités commerciales, notamment dans le quartier du *Landungsbrücken* ou dans le quartier des anciens entrepôts portuaires de *Speicherstadt*. De nombreuses offres touristiques et culturelles sont mises en place pour faire découvrir ce dernier quartier. Un autre quartier, l' *HafenCity*, se positionne entre ville et activités portuaires et est donc un des plus beaux exemples européens de développement des interfaces ville-port. Ce quartier

offre des logements, des bureaux, des commerces et des lieux culturels le tout englobant plusieurs espaces publics. Au sein de ces espaces, de nombreuses manifestations culturelles et ludiques sont organisées. Le développement de nouveaux quartiers portuaires permet d'éveiller la curiosité des habitants et des touristes. Ceux-ci deviennent de plus en plus nombreux à s'informer et observer l'activité portuaire et l'interface ville-port. Au sud de la ville, le quartier d' *Harburg* se place comme un laboratoire de nouvelles technologies et des techniques high-tech intervenant autant dans l'espace urbain que dans l'espace portuaire.

Le deuxième exemple est le cas de la ville de Bremerhaven. La ville a rénové les quartiers portuaires entre la Weser et le centre-ville en mettant en place des logements de haute qualité mais également des offres de loisirs, des lieux publics, une promenade, et un port de plaisance. Ce quartier permet de faire la liaison entre les attractions touristiques existantes, le centre-ville et l'espace portuaire. La partie sud de la ville, et du port, est centrée sur la pêche. A côté des activités portuaires, la ville valorise son interface portuaire en mettant en place différentes synergies notamment grâce à la restauration et aux commerces centrés sur la pêche.



**Figure 92: Les terrasses du port au sein du projet *Euroméditerranée* à Marseille**  
Crédits photos : euromediterranee.org

Un des exemples récents les plus marquants, en dehors de notre zone d'étude, est peut-être celui du projet *Euroméditerranée* à Marseille (figure 92). Ce projet, concernant l'ensemble de la ville, a un volet consacré au front de mer : la Cité de la Méditerranée. En majeure partie basée sur l'espace portuaire, elle accueille de nombreux musées (musée de civilisations de l'Europe, centre de la mer, ...) mais également des centres de recherche et

de formation (centre de formation au management international par exemple), un centre de congrès, des commerces, des restaurants, un cinéma et évidemment une gare maritime. L'ensemble de ce nouveau front de mer mêlant habitations, bureaux, commerces et centres culturels est drainé par une ligne de métro et connecté à la gare à grande vitesse de la ville, permettant alors une liaison directe avec Paris et le réseau ferré européen à grande vitesse. La rénovation du front de mer a également permis d'éloigner les voitures et d'offrir de grandes esplanades cyclistes et piétonnes propices à la flânerie. C'est dans ce contexte de dynamisme urbain que s'est intégré le nouveau pôle croisière.

Parallèlement au développement de ce projet, d'autres rénovations de *waterfront* (ligne de confrontation de l'espace portuaire et de l'espace urbain) ont pu être observées dans de nombreuses villes. On note par exemple l'importance de l'implication de la fonction commerciale dans les opérations de reconversion d'espaces portuaires en espaces urbains dans les villes de Boston, Baltimore ou encore la Nouvelle-Orléans (HOYLE B., 2000). Dans cette optique, la croisière offre un élément fort pour la ré-introduction du tourisme dans ces espaces urbano-portuaires. Le tourisme permet en outre de diminuer les tensions entre les fonctions portuaires et les fonctions urbaines, et permet également de répondre aux aspirations des habitants en terme d'emplois. L'imbrication de projets touristiques dans ces projets de rénovation urbaine oriente les réalisations vers une meilleure qualité de vie, d'habitations et d'équipements publics.

La mise en place de projet de rénovation du front de mer ou de quartiers portuaires ne doit pas mettre de côté les problématiques d'accessibilité. Un des éléments indispensables à la satisfaction des passagers de croisière et donc des compagnies est une bonne connexion entre le centre-ville et le terminal croisière, politique devant être pensée à l'échelle urbaine et régionale. La ville doit donc veiller à avoir des accès pédestres et cyclistes sécurisés et agréables, des accès routiers non embouteillés voire des services de navettes maritimes, dans le cas où le terminal se trouve sur la rive opposée au centre par exemple.

- Politiques urbaines

Le fait d'user des loisirs ou du tourisme pour repenser l'urbain n'est plus à démontrer mais permet surtout de réguler des masses importantes d'individus en transit dans la ville. L'aménagement des friches portuaires et la mise en réseau avec la ville et

l'arrière-pays sont devenus essentiels mais doivent particulièrement intégrer les notions de beauté et de qualité paysagère. En effet, les années 1980 ont marqué le retour de la récupération d'interfaces maritimes imposant un sens à la ville et remodelant son image touristique. Ceci fut permis grâce à la création d'espaces publics de qualité. (BALLESTER P., 2011)



**Figure 93: Le Port Vell à Barcelone**  
Crédit Photo : (Barcelona Turisme, 2014)

*Le Port Vell est un des exemples d'aménagement urbain ancré dans les politiques urbaines en accord avec le port. Il intègre notamment plusieurs terminaux de croisière (non présentés sur la photo car plus à l'est). On observe à l'avant-plan la statue de Christophe Colomb. Au centre de la photo, la rambla donne accès au centre commercial du Maremagnum et permet surtout d'admirer le mouvement des paquebots de croisière s'amarrant au World Trade Center.*

La croisière est représentée lors d'une escale comme une ville flottante arrivant dans une ville terrestre. L'urbain et le port apparaissent alors en confrontation dans un va-et-vient permanent de touristes, de taxis, de cars et de bus. Comme au niveau du terminal, la ville, lors d'escales de navires, doit faire face à des flux massifs de passagers. Ce problème peut se faire d'autant plus oppressant dans le cas de centres historiques sensibles aux dégradations environnementales. Dans cette optique il peut paraître intéressant pour les villes de mettre en place des circuits de visites alternatifs ou de développer d'autres pôles

d'attrait que ceux couramment visités. La ville peut alors proposer des circuits gastronomiques mettant en valeur les spécialités culinaires de la ville ou de la région mais également des circuits artisanaux privilégiant les lieux de vente de production de produits traditionnels locaux. La croissance de l'activité touristique est souvent influencée par la mise en place de grands travaux d'aménagement des espaces publics.

En lien avec ces rénovations, les autorités locales vont exploiter le volet touristique de la ville de manière à changer l'image de celle-ci. En changeant l'image de la ville, l'objectif est également d'améliorer la notoriété du district urbain. En effet, de forts flux de touristes engendrent congestion, pollution visuelle et sonore, et parfois même acculturation. Il faut alors envisager la ville et le port dans une relation durable pour modérer les flux et surtout contrôler le facteur risque. Pour ce faire, il apparaît nécessaire de repenser la gouvernance de manière à ce que la résolution de conflits liés à l'usage ou à la propriété puisse se résoudre de manière autonome. Le *Moll de Barcelona* à Barcelone est un exemple illustratif d'une bonne collaboration de gouvernance entre ville et port (figure 93). L'autorité portuaire a conquis des terrains pour permettre de dégager des espaces suffisants pour la gestion de la croisière en les combinant avec une promenade pédestre. Ils ont de la sorte créé un espace producteur d'économies grâce à la croisière et un espace de contemplation et de perspectives sur la mer et le port grâce à la promenade.

- *Les politiques régionales*

Comme expliqué précédemment dans cette thèse, la croisière n'a pas des conséquences uniquement dans la ville où elle fait escale, elle en a également pour l'ensemble de la région touchée. Il est alors essentiel pour la ville et les autorités responsables de la croisière d'avoir une vue sur la région et donc de mettre en place des collaborations. Plusieurs orientations peuvent alors être prises.

Tout d'abord, selon le modèle portuaire, il peut paraître utile d'associer la région aux politiques de développement du pôle croisière. Par exemple, dans le cas d'un port « trou noir », il est utile de mettre en place des politiques de diffusion des flux de touristes en visant à promouvoir des circuits voire un tourisme alternatif au sein de la ville ou de la région. Dans le cas d'un port « équilibre », la ville portuaire et la région peuvent travailler main dans la main pour promouvoir leurs attractions touristiques. Par contre, dans le cas d'un modèle de type « porte », il est indispensable de promouvoir le port d'accueil pour

permettre de garder une part des touristes et donc de leur dépenses, une réflexion peut alors être mise en place avec la région pour trouver les éléments à promouvoir.

Promouvoir une ville ou une région implique également une collaboration entre les différents acteurs en jeu dans le système croisière. De nombreuses associations d'acteurs apparaissent. Pour la rangée concernée dans cet article, l'accent doit être mis dans la promotion de centres culturels et du patrimoine historique très fortement présent dans la région.

Les regroupements d'acteurs de la croisière en associations régionales, telles que par exemple *Cruise Europe*, peuvent également être pris en compte dans les politiques régionales de développement. En effet, c'est en étant sous la coupole d'une organisation unique que les ports d'une même région, ports qui sont donc impliqués dans des itinéraires de croisière communs, peuvent se promouvoir sur la scène internationale auprès des compagnies de croisière. Ces associations offrent l'opportunité aux compagnies d'avoir un interlocuteur unique dans le cas où elles voudraient implanter de nouveaux navires dans une région donnée.

### ***IX.3.2. Et pour Le Havre ?***

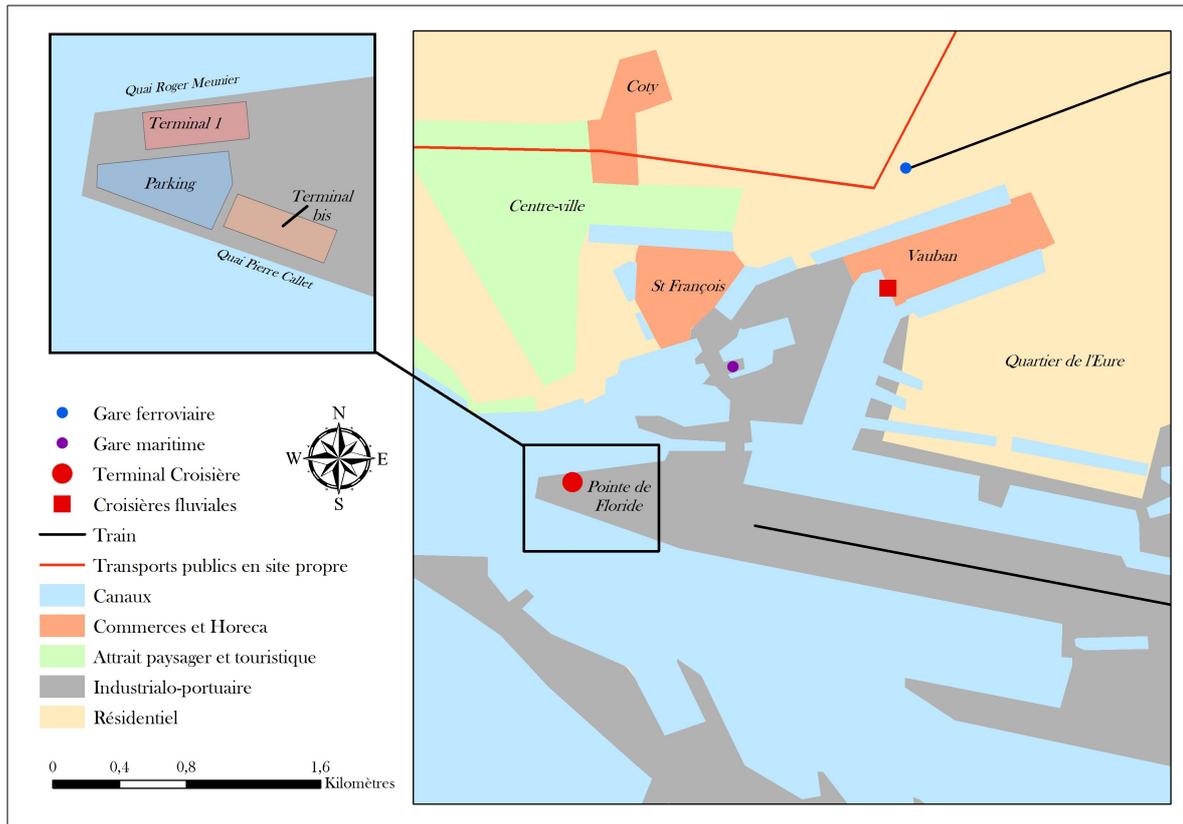
La promotion de la croisière pour la ville du Havre connaît depuis plusieurs années un développement croissant mais il reste que la ville du Havre n'a toujours pas su atteindre la notoriété de ses voisines.

Le Havre, à l'embouchure de la Seine, jouit de cette situation comme port maritime de Paris pour développer également les croisières fluviales sur la Seine. Notons que la majorité de ces croisières se font le plus souvent à Honfleur mais Le Havre a réussi à attirer ses propres escales en étant le point de départ idéal pour visiter la Normandie. La cité a 45 escales prévues pour l'année 2014. Contrairement aux croisières maritimes, les passagers des croisières fluviales restent en escale pendant plusieurs jours. Proche du centre-ville et d'un quartier en pleine rénovation, la ville met deux quais à disposition des compagnies de croisières fluviales. Non loin de la gare et de l'autoroute, la situation est idéale pour le départ d'excursions. Le port du Havre présente également un atout fort car la politique commerciale du GPMH ne fixe aucun droit de port pour les navires fluviaux.

Le terminal (croisières maritimes) du Havre est situé à l'entrée du port pour permettre

d'accueillir les plus grands navires de croisière. Il s'est implanté au sein d'un ancien entrepôt totalement rénové et aménagé pour les passagers. Plusieurs photos et maquettes de l'époque des transatlantiques ont été placés comme un rappel de l'identité de la ville. Dans l'optique des développements présentés ci-auparavant, il pourrait être intéressant de construire un nouveau terminal à l'image de la ville, par exemple suivant l'architecture Perret, architecture classée pour tout le centre-ville. On peut cependant remarquer que la ville et le port développent des projets en collaboration, incluant des monuments du port, notamment avec l'espace Graillet, qui accueille aujourd'hui le Port Center. Celui-ci est né d'une volonté de pallier l'ignorance et l'inaccessibilité de l'espace portuaire au grand public. L'*Association Internationale Ville Port (AIVP)* a initié dans le monde un réseau de Port Centers. Il est un lieu d'éducation et de rencontres entre le public et le milieu portuaire. Il a pour but d'expliquer le rôle et le fonctionnement du territoire portuaire, de permettre une réappropriation du port via une approche ludique, de tisser les liens durables entre la ville et le port. Il présente la richesse des métiers et peut de la sorte faire naître des vocations. Il propose pour cela des visites et des ateliers pédagogiques.

Le terminal actuel n'est utilisé que pour le secteur des croisières. Un objectif de meilleure intégration de la croisière à la ville serait d'aménager le terminal en tant qu'espace public en y intégrant des restaurants, des cafés ou même des commerces. Il serait par exemple intéressant d'associer le terminal croisière au développement des docks Vauban mélangeant commerces, restaurants et centre récréatif. C'est notamment de là que partent désormais les croisières fluviales sur la Seine. Le figure 94 nous indique notamment qu'un bassin se trouve à proximité du centre commercial et de loisirs. De plus, ce quartier est en pleine rénovation urbaine (voir ci-après). Cette situation pose cependant le problème de passage des écluses, non présent à la pointe de Floride. Une autre proposition serait d'aménager l'espace compris entre la pointe de Floride et le quartier St François dans une optique du développement des interfaces ville-port. Cet espace devrait alors intégrer les bâtiments du GPMH (déjà présent à la jonction entre le quartier St François et l'espace portuaire, la gare maritime proposant des ferries vers l'Angleterre et le terminal croisière. Cet espace pourrait devenir la vitrine du port au sein de la ville. Ces propositions ne sont que des pistes de développement et d'intégration de la croisière et doivent bien évidemment être soumises à une étude plus approfondie.



**Figure 94 : La pointe de Floride - Localisation du terminal croisière du Havre**

*Cette figure illustre la localisation du terminal du Havre, les bâtiments accueillant les passagers dans l'encadré, et la localisation des escales de croisières fluviales au quai de Marseille.*

La ville du Havre, siège de l'AIVP, a mis en place différents aménagements de ses interfaces ville-port notamment dans le quartier de l'Eure, plus précisément le quartier St Nicolas situé au sud du bassin Vauban. La première phase de réhabilitation est celle du quai Frissard, du quai des Antilles et du quai de la Réunion en réaffectant d'anciens entrepôts en complexe commercial et de loisirs (indiqué Vauban sur la figure 94). La deuxième phase est le lotissement St Nicolas, au sud de la première phase, proposant 450 logements dont une partie réservée aux logements sociaux, un hôtel, une résidence pour personne âgée, et un laboratoire universitaire, de même que le lotissement Dombasle, composé d'anciens abattoirs reconvertis et bordés par des jardins fluviaux, le lotissement Courbet accueillant des logements mais également l'École Supérieure de la Marine Marchande. Les travaux dans ces lotissements sont toujours en cours en 2014. Le long de

ces lotissements, des espaces publics sont aménagés offrant des espaces de détente et de promenade le long des quais, dont le quai de Marseille.

En effet, actuellement situés en entrée de port, les quais réservés à la croisière bénéficient d'infrastructures en eaux profondes. A l'embouchure de la vallée de la Seine, le port jouit également d'un bassin de population proche dont notamment la ville de Paris. Idéalement situé à l'entrée de la Manche, il peut alors se trouver sur les itinéraires reliant l'Europe scandinave à la Méditerranée, l'Amérique du sud ou même l'Amérique du Nord. Il est également l'un des ports principaux pour tout le nord de la France. Fort de tous ces avantages, on ne peut alors que prédire une croissance du secteur pendant encore plusieurs années.

Un des derniers éléments à pouvoir être mis en avant réside dans le regroupement institutionnel. C'est actuellement la piste de développement privilégiée par les responsables de la croisière havraise qui font partie de nombreuses associations d'acteurs : Cruise Europe, Clia Europe (anciennement *European Cruise Council*) dont fait partie Clia France (anciennement AFCC), *Atlantic Alliance* rassemblant les ports de la façade atlantique. Ils participent aussi à plusieurs sommets rassemblant les acteurs, tant des compagnies, des sociétés d'avitaillement, de logistique ou des villes portuaires, sommets tels que le *Seatrade Cruise Shipping*, le *Seatrade Med*, le *Seatrade Europe*, ... Être présent dans de telles conventions ou dans de tels groupes s'avère primordial pour se faire connaître auprès des compagnies de croisière. Ce sont elles qui ont le dernier mot quant au choix des escales.

#### **IX.4. Conclusions**

La croisière, il n'en est à plus douter, entraîne de nombreuses retombées économiques pour les villes portuaires dans lesquelles elle fait escale. Vouloir améliorer ses infrastructures et son accueil des passagers de croisière est donc souvent un gage de croissance économique. Ce chapitre a d'abord présenté le modèle de la ville de croisière à l'échelle urbaine et à une échelle plus régionale. Ensuite, nous avons alors pu présenter plusieurs éléments d'orientation de développement découlant de l'analyse du modèle.

Un des premiers est le terminal croisière. Notre étude a en effet démontré que celui-ci doit être représentatif de l'image de la ville et être facilement et rapidement connecté à

tous les espaces d'attrait touristique.

Ensuite, on a pu constater l'importance du développement touristique de la ville ou de la région. Une ville portuaire donnée n'a pas forcément tous les atouts en main pour développer son attrait touristique. Dans ces cas là, il arrive le plus souvent que cette ville soit intégrée dans un arrière-pays offrant des attractions touristiques plus importantes que la ville elle-même. Cette dernière doit alors mettre en place une bonne desserte de transport entre son centre-ville et les attractions touristiques d'importance. Dans le cas où le port accueillant les croisiéristes est également une ville d'une certaine importance, il a pu être observé qu'un bon développement des interfaces villes-ports et des fronts de mer et surtout une intégration de la croisière au sein de ceux-ci permet d'attirer les touristes et donc de dissiper les flux de personnes focalisés sur les attractions touristiques locales, mais également d'offrir un lieu de flânerie, souvent sujet aux dépenses.

Enfin, ce modèle rend compte de l'importance d'avoir de bonnes relations entre le port, la ville et les acteurs du tourisme afin de pouvoir garantir une stabilité et une harmonie dans le développement de la croisière. On note par exemple l'échange de terrains entre ville et port de manière à pouvoir construire des fronts de mer ouverts aux populations locales. Une bonne entente entre les deux parties permet également de pouvoir intégrer des activités portuaires au sein de ces fronts de mer telles que la croisière, le ferry ou la plaisance.

Le modèle et les pistes de développement en découlant sont l'aboutissement du processus de recherche visant à répondre à la question de départ présentée en introduction de cette thèse.



## CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

L'objectif de cette partie était d'aboutir à une modélisation du port de croisière et, sur la base de celui-ci, de pouvoir énoncer les pistes de développement possibles. Pour ce faire, cette partie a donc été divisée en trois chapitres.

Le chapitre VII avait pour but de présenter le contexte géographique dans lequel s'est ancrée cette étude. Dans un premier temps, les différents choix méthodologiques ont été exposés et notamment celui de sélectionner des ports de la rangée nord-européenne. Une description des méthodes utilisées sur le terrain pour la récolte des données a ensuite été indiquée. Dans un second temps, nous avons tenté de positionner la croisière au sein des autres activités portuaires. Nous avons constaté que celle-ci ne suit pas les mêmes logiques que le transport de conteneurs ou de vrac. Un port avec un fort transport de marchandises n'implique pas forcément que ce port ait un fort trafic de croisières.

Enfin, l'espace d'étude défini, les chiffres de la croisière au sein de celui-ci ont été présentés. Il en est ressorti que le secteur évolue très vite au sein de ces ports et que même si certains décalages existent, les ports se développent sous le même schéma. Les données d'hinterland affirmant la rangée nord-européenne comme une région à fort potentiel pour la croisière grâce à ses réseaux de transport, son bassin de population fort de plusieurs capitales européennes, et son patrimoine historique et culturel important, ont également été approfondies.

Le chapitre VIII consista en une analyse ville par ville de l'ancrage de la croisière dans les mœurs et l'espace urbain. Grâce à une double approche, gestion et ancrage spatial, il fut possible de mieux comprendre l'implication de la croisière au sein de ces villes et son atout pour le développement touristique. Dans un premier temps, nous avons analysé les différents modes de gestion portuaire. Pour chacun des ports intégrés à notre étude, nous avons ensuite précisé leur mode de gestion respectif suivi du mode de la gestion de la

croisière. Dans un second temps, nous avons représenté l'organisation spatiale des villes portuaires. Les différentes cartes et illustrations mises à disposition permirent également d'appuyer les éléments présentés.

Ensuite, cette analyse permit de mettre en place une représentation schématique de chaque ville. Une confrontation des huit schémas mit en évidence des points communs et des divergences qui seront à la base du chapitre suivant.

Le chapitre IX présenta donc le modèle de la ville portuaire de croisière. Ce sont d'abord les schématisations de chacune des composantes entrant en compte qui furent présentées : les interactions sociales, les flux de passagers entrants, les flux de passagers sortants, les flux de marchandises, les transports, et les aménagements urbains. Nous avons alors pu construire un modèle global regroupant ces composantes et prenant en compte la ville, le port, et l'arrière-pays. Ce modèle permit alors d'entrevoir des pistes de développement.

Quatre principales pistes ont été retenues ici : le développement et l'aménagement du terminal, illustrés grâce à différents terminaux modernes à travers le monde ; les interfaces ville-port, zones frontalières entre l'espace urbain et l'espace portuaire ; les politiques urbaines consistant en une intégration de l'activité portuaire de la croisière au plan de développement des villes ; et enfin les politiques régionales consistant à s'insérer dans des réseaux d'acteurs de la croisière. Chacune des pistes fut illustrée grâce à des exemples d'application de politiques de développement de croisière dans le monde entier.

Enfin, et pour clore ce chapitre, un état des lieux des méthodes de développement de la croisière réalisées ou en cours de réalisation au Havre fut présenté et l'on constate que la ville met toutes les opportunités de son côté pour accroître son pôle croisière. Nous avons également proposé quelques améliorations pouvant encore être faites.





## CONCLUSION GÉNÉRALE

*« Toute la géographie, la trigonométrie, l'arithmétique ne servent à rien si tu n'apprends pas à penser par toi même » (Ruiz Zafon C., 2011)*

Ce travail de recherche veillait à répondre à deux objectifs distincts dans une analyse transversale du secteur croisière énoncés dans notre question de recherche : **Comment fonctionne le système croisière et en quoi celui-ci impacte les politiques de développement des villes portuaires ?** Le premier objectif était de comprendre comment le système croisière s'organise. Cet objectif a soulevé plusieurs questions : qui sont les acteurs en jeu ? Quel est leur rôle ? Quelle est l'implication spatiale et économique de la croisière ?... Le second objectif était de comprendre comment la croisière pouvait influencer les interactions sociales et spatiales entre ville et port via la construction d'un modèle qui pourrait être confronté à d'autres régions du monde. Ces objectifs découlaient donc tout deux de la question de recherche.

Nous avons donc tenté de répondre à cette question et aux objectifs posés grâce à une analyse en trois parties. Les deux premières veillaient principalement à répondre à l'objectif concernant la construction et la compréhension du système croisière. La partie 1 a consisté à comprendre le contexte dans lequel la croisière évolue tandis que la partie 2 visait à comprendre l'organisation sociale et spatiale de la croisière. La partie 3 veillait, quant à elle, à répondre à l'objectif de définition et de compréhension des interactions entre villes et ports via des enquêtes de terrains.

L'analyse contextuelle de l'évolution de la croisière a mis en évidence différents éléments. Tout d'abord, la croisière est mise de côté voire négligée par de nombreux chercheurs universitaires français car son analyse nécessite une approche pluridisciplinaire et donc une collaboration entre plusieurs scientifiques d'horizons différents. Les

conséquences directes de ce mode de tourisme, plus ancré sur le premier bassin mondial de croisière, à savoir les Caraïbes, ont davantage interpellé les chercheurs du continent américain qui se sont alors plus vite attelés à comprendre la complexité des enjeux engendrés par ce secteur. L'émergence de l'analyse de la croisière au sein des universités européennes est beaucoup plus récente mais ceci s'explique très simplement. En effet, la croisière n'a pas suivi une évolution linéaire à la surface du globe. Certaines régions ont émergé beaucoup plus vite que d'autres. La mer des Caraïbes fut le premier bassin de croisières et a crû très vite jusqu'à peut-être atteindre actuellement sa capacité de charge maximale. Un second facteur explicatif à ce faible intérêt pour la croisière vient de la difficulté de trouver un consensus dans la définition du tourisme et la croisière selon les régions du monde et selon les disciplines scientifiques qui l'approchent. On observe donc une plus grande quantité de publications anglophones (américaines et canadiennes) que de publications d'origine européenne.

Depuis le déclin du transport maritime de passagers entre les continents, les compagnies ont su habilement reconvertir leur flotte vers ce mode de tourisme dont les orientations de développement sont actuellement encore infinies. Cependant cette croissance spectaculaire du secteur ne s'est pas faite toute seule, de nombreuses stratégies et plusieurs changements de mentalité durent s'effectuer avant d'obtenir de tels chiffres de croissance. Ce sont en effet des facteurs tels que l'apparition des congés payés, les baisses très fortes des prix des compagnies de croisières, l'implication des agents de voyage dans le processus de vente, ... qui initièrent ces changements. Nous avons également pu mettre en avant que l'évolution rapide des croisières a entraîné des dérives non négligeables. La taille grandissante des navires engendre différentes complications. Les plus gros bateaux de croisière dépassent les normes *panamax* et ne peuvent alors plus passer les écluses du canal de Panama ou même accoster dans certains ports. Ils engendrent également des problèmes de gestion des déchets, de pollution visuelle, sonore, environnementale, ... Remplir ces géants des mers s'avère également un vrai défi pour les compagnies de croisière qui doivent mettre en place de plus en plus de stratégies de captation des revenus à bord pour éviter de devoir augmenter les prix de vente de la croisière en tant que telle.

A la suite de cette analyse contextuelle, nous avons concentré notre attention sur l'organisation de la croisière. De multiples acteurs interviennent dans le système, un des principaux étant le passager. Nos échanges avec ceux-ci nous ont permis de mettre en

avant l'importance de la multiplicité des destinations offertes par un voyage en mer mais également de rendre compte une fois de plus que les marchés n'évoluent pas tous au même rythme. Certaines populations ont un comportement qui correspondent à un secteur arrivé à maturité alors que d'autres n'en sont qu'aux prémises. Ce ne sont cependant pas les seuls acteurs intervenant même si le touriste reste l'acteur central du système avec la compagnie de croisière. Les autres acteurs proviennent d'horizons différents (publicité, agents locaux, chantier naval, promoteur du tourisme, agent portuaire, ...), ils peuvent être d'origine locale, régionale ou même internationale. De plus ces acteurs sont soumis à des contraintes législatives sur les normes de sécurité, la réglementation du travail ou les réglementations environnementales. Ils doivent sans cesse s'adapter et certains trouvent notamment des manières de les contourner comme par exemple avec les pavillons de complaisance. Enfin, pour boucler ces analyses, nous avons pu proposer un schéma systémique de la croisière mettant en lien les différents environnements le composant via le biais de leurs acteurs. L'analyse de l'organisation spatiale a mis quant à elle en évidence l'élargissement des saisons au fil des ans faisant tomber les barrières contextuelles (en soi géographiques) assurant la prédominance de certains bassins. Elle permet également de constater que les différents bassins mondiaux de la croisière sont interconnectés grâce aux itinéraires de repositionnement, vendus moins cher, mis en place par les compagnies de croisière. Le port du Havre se trouve par exemple sur deux rangées portuaires : la rangée nord-européenne et la façade atlantique.

La troisième partie nous a alors permis de nous focaliser sur le deuxième objectif. Après avoir présenté la méthodologie de terrain, et le contexte dans lequel s'ancrent les ports étudiés, nous avons pu analyser l'organisation sociale et spatiale entre villes et ports pour le secteur des croisières. Dans un premier temps, nous avons pu constater un modèle prédominant de gestion de la croisière. Dans ce cas donné, elle est gérée par une corporation de différents acteurs publics et privés ayant un lien avec le secteur. Le port d'Amsterdam présente justement le meilleur exemple en réunissant les acteurs du port d'Amsterdam et d' Ijmuiden, les acteurs de la ville, les agents portuaires des compagnies de croisière, des compagnies de logistiques nécessaires à la croisière pour assurer les ravitaillements, les gestionnaires du terminal en lui-même, l'office du tourisme, des agences d'excursion, le tout au sein de l'*Amsterdam Cruise Port Association*. Ce mode de gestion permet de regrouper tous les acteurs autour d'une même table fournissant alors des

propositions d'amélioration ou de développement venant de toutes parts et approuvées par tous. Nous avons donc évidemment pu rendre compte que la gestion de la croisière se fait de manière différente de la gestion des autres activités portuaires. Dans un second temps, nous nous sommes alors concentré sur l'agencement spatial de la croisière au sein des villes portuaires en analysant la répartition des zones d'attrait touristique, commercial, résidentiel, et portuaire. Ce modèle s'est construit autour de quatre structures. La première, concernant les interactions, permet de mettre en avant les collaborations entre les différentes zones de notre modèle. La deuxième structure nous indiqua les flux de passagers à gérer entrant ou sortant du terminal. Cette gestion des flux peut se faire grâce à la troisième structure correspondant aux différents modes de transport. Enfin, la dernière structure mit en avant les aménagements des interfaces entre villes et ports dans lesquels viennent s'intégrer les infrastructures de croisière. Le recoupement de toutes ces structures permit alors de proposer un modèle de la ville de croisière à l'échelle locale. Il est cependant apparu important de pouvoir intégrer l'arrière-pays à ce modèle. Le modèle de la ville de croisière à l'échelle régionale offrit alors cinq propositions de relation entre le port de croisière et la région dans laquelle il est implanté, impliquant des pistes de développement appropriées au modèle correspondant. Enfin, une prise de recul sur ces modèles nous permit de présenter différentes pistes de développement pour la ville de croisière illustré par divers exemples d'application concrète dans plusieurs villes du monde.

Il va de soi que plus de temps et de moyens auraient pu permettre un renforcement de ce modèle via par exemple l'intégration d'autres zones d'études européennes ou même d'autres continents. D'autres perspectives d'approfondissement peuvent également s'offrir à nous. Des interviews avec des acteurs gestionnaires plus nombreux permettraient de mieux cerner les enjeux de gestion de la croisière. Le fait de faire passer les questionnaires auprès de croisiéristes d'autres villes d'escale ou en collaboration avec les compagnies de croisière pourrait permettre d'obtenir plus de résultats et donc une plus grande gamme de nationalités ou de tranches d'âge à analyser. Il apparaît également évident après la réalisation de cette thèse que le secteur des croisières est un secteur en perpétuel mouvement et qui change vite. Une réactualisation des chiffres dans plusieurs années pourrait changer certains résultats. Nous pouvons également noter ici qu'au cours de cette thèse, plusieurs éléments ont déjà pu changer notamment dans les chiffres de la croisière

ou dans les infrastructures utilisées dans les ports de notre enquête.

La croisière est donc un secteur touristique dynamique et en mouvement perpétuel. D'ici 2030, le secteur pourrait connaître plusieurs évolutions. Tout d'abord, nous pouvons supposer que les tendances actuelles perdureront. La croissance, en termes de nombre de passagers, va très certainement continuer au même rythme. Nous pouvons également nous attendre à ce que l'augmentation de la capacité des navires continue également. En effet, de nouveaux navires de la classe Oasis ont par exemple été commandés aux chantiers de Saint-Nazaire. Au niveau des régions, on peut s'attendre à ce que les marchés émergents prennent de plus en plus d'importance que ce soit en ce qui concerne l'origine des croisiéristes ou pour les destinations comme les marchés asiatique et australien (l'Océanie de manière élargie). Les analyses abordées dans cette thèse montrent également une tendance qui pourrait être durable comme l'émergence d'organismes collaboratifs responsables de la gestion portuaire de la croisière. Une bonne communication entre les différents acteurs de la croisière permet un développement plus harmonieux du secteur. Une seconde tendance mise en avant par nos analyses est l'intégration de la croisière au sein du redéploiement des interfaces ville-port. Celle-ci permet d'englober le terminal croisière au sein du développement de nouveaux espaces urbains et non de l'isoler au sein d'espaces portuaires, parfois distant de la ville.

Alors qu'en début de cette thèse, nous avons considéré que la croisière était peu abordée par la recherche européenne, nous avons pu nous rendre compte de l'intérêt grandissant des chercheurs pour ce sujet et pouvons supposer une augmentation du nombre de publications dans les années qui viennent.

Cette thèse n'est évidemment qu'une pierre à la construction de l'édifice d'une connaissance scientifique de la croisière et de nombreux prolongements sont possibles. Plusieurs perspectives de prolongation de cette thèse peuvent en effet voir le jour. Un exemple d'approfondissement serait notamment de réaliser des entretiens avec les responsables de compagnies de croisière, acteurs majeurs du système. Une étude similaire sur d'autres bassins permettrait également d'évaluer la pertinence de notre modèle. En

parallèle à ces prolongements, d'autres questions sont nées lors de la rédaction de cette thèse. Ira-t-on vers une taille des navires toujours plus importante ? Quels sont les enjeux environnementaux de tels géants des mers ? Verra-t-on une abolition des pavillons de complaisance ou du moins une amélioration des conditions de travail à bord ? Observera-t-on une saturation des marchés ou les compagnies arriveront-elles à innover pour dynamiser le secteur ? La législation du transport maritime générale est-elle adaptée au secteur de la croisière comptant notamment de nombreux acteurs du secteur des loisirs et de la restauration ? Dans ces différents domaines, cette thèse a cherché à apporter des éléments d'analyse pour la période actuelle mais les questions posées pour l'avenir sont nombreuses et elles pourront assurément faire l'objet de recherches ultérieures.



## Bibliographie thématique

### Tourisme

AEROPORT MARSEILLE PROVENCE. (2014). *Hambourg, la belle nordique*. En ligne sur

<http://www.marseille.aeroport.fr/vols/destinations/destinations-regulieres/europe/allemande/hambourg>

BARCELONA TOURISME. (2014). *Barcelona Turisme*. En ligne sur

[http://www.barcelonaturisme.com/Francais/\\_3Ngb8YjSpL2a3y4pka50kriKYel-mbOuxPRt4PcSXkUomz2m14uO5uFzr91jBB0G38ok\\_f3a\\_cQaBHWRdfHv6UtkJN26fXEtT9Y\\_RyvYaGhRZaCPa\\_xrupHPQe0-iY5S](http://www.barcelonaturisme.com/Francais/_3Ngb8YjSpL2a3y4pka50kriKYel-mbOuxPRt4PcSXkUomz2m14uO5uFzr91jBB0G38ok_f3a_cQaBHWRdfHv6UtkJN26fXEtT9Y_RyvYaGhRZaCPa_xrupHPQe0-iY5S)

BEDART F., (2001), « *Les stratégies d'adaptations des agences de voyage aux nouvelles stratégies* », *Gestion*, Vol 26, n°3, 19-26.

BOUALEM K., (2008), « *L'identité scientifique du tourisme: un mythe ou une réalité en construction* », *Téoros*, Vol 27, n°1, 51-58.

CERIANI-SEBREGONDI G. et al., (2008), « *Quel serait l'objet d'une science du tourisme* », *Téoros*, Vol 27, n°1, 7-13.

CLIVAZ C., (2008), « *L'enjeu de l'interdisciplinarité dans les études du tourisme* », in Darbellay F., Paulsen T., (Eds.), *Le défi de l'inter- et transdisciplinarité: concepts, méthodes et pratiques innovantes dans l'enseignement et la recherche* (pp 63-82), Lausanne: PPUR, 338p.

COOPER C., HALL C.M., (2011), *Le tourisme aujourd'hui: une approche internationale* (Première édition), Bruxelles: De Boeck, 227 p.

COUSIN S., REAU B., (2009), *Sociologie du tourisme (Première édition)*, Paris: La découverte, 126 p.

DECROP A., (2010), *Le touriste consommateur - Comprendre les comportements pour améliorer son efficacité marketing (Première édition)*, Bruxelles: De Boeck, 319 p.

DEHOORNE O., SAFFACHE P., TATAI C., (2008), « *Le tourisme international dans le monde: logique des flux et confins de la touristicité* », *Études Caribéennes*, n°9-10 .

DEMEN MEYER C., (2005), « *Le tourisme, essai de définition* », *Management & Avenir*, Vol 3, n°1, 7-25.

DEWAILLY J-M., (2006), *Tourisme et géographie, entre pègrinité et chaos?*, Paris: L'harmattan, 221 p.

GAY J-C., (2008), « *Tourisme, interfaces et discontinuités* », *Espaces Tropicaux*, n°19, 151-156.

GAY J-C., (2006), « *Transport et mise en tourisme du monde* », *Cahiers de géographie*, Vol 4, 11-22.

GINIER J., (1974), « *Chroniques du tourisme et de l'environnement: transport et tourisme - La croisière en crise* », *Norois*, n°82, 358-375.

KNAFOU R. & STOCK M. (2002), « *Tourisme* », in J. LÉVY & M. LUSSAULT (Eds.). *Dictionnaire de géographie et des sciences de l'espace et du social*. Paris : Belin, 1127p.

LEVY B., (2004), « *Voyage et tourisme, malentendus et lieux communs* », *Le Globe*, n°144, 123-136.

LOZATO-GIOTART JP., (2008), *Géographie du tourisme (Seconde édition)*, Paris: Pearson Education France, 330 p.

MIOSSEC J-M., (1977), « *L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme* », *Annales de géographie*, Vol 86, n°473, 55-70.

OMT, (2003), *Compte satellite du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel*, Editions OCDE, 138 p.

OMT, (2013), *Organisation Mondiale du Tourisme, OMT*, En ligne sur <http://www2.untwo.org>

UNESCO, (2014), *Liste du patrimoine mondial*, En ligne sur <http://whc.unesco.org/fr/list>.

URBAIN J-D., (2002), *L'idiot du voyage - Histoires de touristes*, Paris: Payot , 368 p.

## **Port et Transports**

AAPA, (2014), *Alliance of the ports of Canada, the Caribbean, , Latin America, and the United States*, En ligne sur <http://www.aapa-ports.org/>

BONSOR N.R.P., (1980), *North Atlantic Seaway, Wheat Ridge (USA)*: Brookside Publications, 297 p.

CHAPELON L., (2006), « L'accessibilité, marqueur des inégalités de rayonnement des villes portuaires en Europe », En ligne sur <http://cybergeog.revues.org/2463>.

COMTOIS C., SLACK B., (2003), « Innover l'autorité portuaire au 21e siècle: un nouvel agenda de gouvernance », *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, n°44, 11-24.

DEBRIE J., RUBY C., ( 2009), *Approches des réformes portuaires européennes et nord-américaines - éléments de réflexion pour la politique portuaire française*, Paris: MEEDDAT, 50p.

DONZEL C., (2005), *Paquebots - La vie à bord*, Paris: Solar, 192 p.

ESPO, (2013), *European Sea Ports Organisation - Stats of the year 2012*, En ligne sur <http://www.espo.be>

FREMONT A., (1998), *La French Line face à la mondialisation de l'espace maritime (Coll. Géographie)*, Paris: Anthropose, 197 p.

FRENCH LINES, (2014), *French Lines*, En ligne sur

<http://www.frenchlines.com/index.php>

HAROPA, (2014), *Ports de Paris Seine Normandie*, En ligne sur

<http://www.haropaports.com/>

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION, (2014), *Maritime Labour Convention*,

En ligne sur [http://www.ilo.org/global/standards/maritime-labour-convention/lang--](http://www.ilo.org/global/standards/maritime-labour-convention/lang-en/index.htm?utm_source=ILO+Newsletter&utm_campaign=aca6255496-)

[en/index.htm?utm\\_source=ILO+Newsletter&utm\\_campaign=aca6255496-News\\_ILO\\_Asia\\_Pacific\\_September\\_20138\\_28\\_2013&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_e6ea55e89d-aca6255496-35937449](http://www.ilo.org/global/standards/maritime-labour-convention/lang-en/index.htm?utm_source=ILO+Newsletter&utm_campaign=aca6255496-News_ILO_Asia_Pacific_September_20138_28_2013&utm_medium=email&utm_term=0_e6ea55e89d-aca6255496-35937449)

INTERNATIONAL MARITIME ORGANIZATION, (2014), *International Convention for the Safety of Life at Sea (SOLAS), 1974*, En ligne sur

[http://www.imo.org/About/Conventions/ListOfConventions/Pages/International-Convention-for-the-Safety-of-Life-at-Sea-\(SOLAS\),-1974.aspx](http://www.imo.org/About/Conventions/ListOfConventions/Pages/International-Convention-for-the-Safety-of-Life-at-Sea-(SOLAS),-1974.aspx)

LAVAUD-LETILLEUL V., (2007), « *Le Delta d'Or autour de Rotterdam, Anvers et Zeebrugge: l'émergence d'une véritable région portuaire face au défi de la mondialisation ?* », *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, n°51, 61-96.

NANTES SAINT-NAZAIRE PORT, (2014), *Découvrir l'activité portuaire: la capitainerie*.

En ligne sur <http://www.nantes.port.fr/decouvrir-lactivite-portuaire/professions-portuaires/la-capitainerie/>

PINARD J., (1979), « *L'express côtier, moyen de transport régional et de croisière touristique* », *Norois*, Vol 26, n°101, 5-27.

PORT OF ZEEBRUGGE, (2014), *Port of Zeebrugge* , En ligne sur

<http://www.portofzeebrugge.be/>

RAYNALD WERNER A., (1964), *Traité de droit maritime général*, Genève: Librairie Droz, 502 p.

RODRIGUE J-P. et al., (2013), *The geography of transport systems*, En ligne sur

<http://people.hofstra.edu/geotrans>

VIGARIE A., (1964), *Les grands ports de commerces de Seine au Rhin: leur évolution devant l'industrialisation des arrières-pays*, Paris: Sabir, 717 p.

## Croisière

ATLANTIC ALLIANCE, (2014), *Europe prime's cruise destinations*. En ligne sur <http://www.atlanticalliance.eu>

ATOUT FRANCE, (2011), *La croisière dans le monde: marchés, acteurs, tendances et enjeux*, Paris: Atout France, 268 p.

BAGOT M., (1998) « *L'implosion de la demande arrivera-t-elle à rejoindre l'explosion de l'offre?* », *Cahiers Espaces*, n°56, 20-33.

BALLESTER P., (2011), « *Les nouvelles logiques spatiales du port de Barcelone: tourisme de croisière, aménagement et paysage* », *Études Caribéennes*, n°18.

BERGERON R., (2000), « *Les croisières et l'Italie: une importante contribution au renouveau portuaire* », *L'information géographique*, n°3, 220-240.

BOUYER C., (1998), *La croisière dans les ports français: intérêt économique*, Paris: Les cahiers de l'état - Dossiers et documents, 98 p.

BROGEN K., (2011), « *The cruise market and outlook* », *ShipPax Market Statistics*, 49-69.

CHARLIER J., (1996), « *Croisières maritimes et paysages marins* », *Bulletin de la société géographique de Liège*, Vol 32, 273-279.

CHARLIER J., ARNOLD P., (1998), « *Les complémentarités saisonnières du marché mondial des croisières* », *Bulletin de la société géographique de Liège*, Vol 65, 181-198.

CHARLIER J., (2013), « *Croisières maritimes et paysages marins, quelle place pour la haute mer?* », *Bulletin de l'association des géographes français*, Vol 4, n°90, 441-458.

CLANCY M., (2008), « *Cruisin' to exclusion: commodity chains, the cruise industry, and development in the Caribbean* », *Globalizations*, Vol 5, n°3, 405-418.

CRUISE LINE INTERNATIONAL ASSOCIATION, (2014), *Cruising. It's all about you.*  
En ligne sur <http://www.cruising.org/regulatory/about-clia>

CRUISE MARKET WATCH, (2014), *Cruise Market Watch*, En ligne sur  
<http://www.cruisemarketwatch.com>

CRUISE RESEARCH SOCIETY, (2013), *Cruise Research Society*, En ligne sur  
<http://www.cruiseresearchsociety.com/>

DEHOORNE O., PETIT-CHARLES N., (2011), « *Le tourisme de croisière et l'industrie de la croisière* », *Études Caribéennes*, n°18.

DOWLING R., (2006), *Cruise Ship Tourism*, Oxford: Cabi, 441 p.

ECC, (1997), *Contributions of cruise tourism to the economies of Europe*, Bruxelles: Cruise Europe and Med Cruise, 24 p.

GIBSON P., et al., (2011), *Cruise sector challenges: Making progress in a uncertain world*, Weisbaden (Allemagne): Gabler Verlag, 244 p.

GRENIER A.A., (2008), « *Le tourisme de croisière* », *Téoros*, Vol 27, n°2, 36-48.

GUI L., PAOLO RUSSO A., (2011), « *Cruise ports: a strategic nexus between regions and global lines- evidence from the Mediterranean* », *Maritime Policy and Management*, Vol 38, n°2, 129-150.

HUNG K., PETRICK J-F., (2011), « *Why do you cruise? Exploring motivations for taking cruise holidays and the construction of a cruising motivation scale* », *Tourism Management*, n°32, 386-393.

JOHNSON D., (2002), « *Environnementally sustainable cruise tourism: a reality check* », *Marine Policy*, Vol 26, n°4, 261-270.

LESCURE J.-C., (2011), « *La sécurité, un enjeu de développement des croisières (1975 – 2010) ?* », *Études Caribéennes*, n°18.

LOIS P., WANG J., (2005), « *Choosing a cruise destination: and the level of passengers satisfaction, their needs and expectations: the Cyprus case* », *Tourism Today*, n°5, 142-152.

MADDAH B. et al., (2010), « *Dynamic cruise ship revenue management* », *European Journal of Operational Research*, n°207, 445-455.

MESSAGER M., et al., (2010), *L'essor prometteur des croisières en France*, Paris: Conseil National du tourisme, 116 p.

NOBIS V., (1993), *Evolution du marché de la croisière: du transport maritime de passagers au produit touristique complet*, Mémoire réalisé dans le cadre d'un DESS Transports, Communication et Logistique des échanges internationaux à l'UFR de Géographie Paris IV La Sorbonne, 200 p.

PAPATHANASSIS A., (2009), *Cruise sector growth, Weisbaden (Allemagne)*: Gabler Verlag, 196 p.

PEISLEY T., (2000), *The world cruise ship industry*, Londres: Travel & Tourism Intelligence, 178 p.

PETRICK J.F., (2004), « *Are loyal visitors desired visitors?* », *Tourism Management*, n°25, 463-470.

PETRICK J.-F., (2005), « *Segmenting cruise passengers with price sensitivity* », *Tourism Management*, n°26, 753-762.

ROUSSAT C., (2000), « *Croisières maritimes: la fin d'une vision maritimiste* », *Transports*, n°399, 36-49.

TOH R.-S., RIVERS M.J., LING T.W., (2005), « *Room occupancies: cruise lines out-do the hotels* », *Hospitality Management*, n°24, 124-135.

TOURRET P., (2011), « *La croisière* », *ISEMAR - Note de synthèse*, n°140, 1-4.

VERONNEAU S., ROY J., (2009), « *Global services supply chains: a empirical study of current practices and challenges of a cruise line corporation* », *Tourism Management*, n°30, 128-139.

WARD D., (2013), *Complete guide to cruising & cruise ships*, Londres: Berlitz, 704 p.

WILD P., DEARING J., (2004), *Outlook and new opportunities for the cruise industry to 2014*, Haywards Heath (UK): G.P. Wild International.

WEAVER A., (2005), « *Spaces of containment and revenue capture: "Super-sized" cruise ships as mobile tourism enclaves* », *Tourism Geographies*, Vol 7, n°2, 165-184.

WOOD R., (2000), « *Caribbean Cruise Tourism: Globalization at sea* », *Annals of Tourism Research*, Vol 27, n°2, 345-370.

### **Géographie & Généralités**

BAILLY A. S., (1984), « *Images de l'espace et pratiques commerciales : l'apport de la géographie de la perception* », *Annales de géographie*, Vol 93, n°518, 423-451.

BAILLY A., BEGUIN H., (1982), *Introduction à la géographie humaine* (Coll. Géographie), Paris: Masson, 14-20 p.

BRUNET R., (2000), « *Des modèles en géographie? Sens d'une recherche* », *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, Vol 2, n°32, 21-30.

BRUNET R., (1973), « *Structures et dynamiques du territoire français* », *L'espace géographique*, Vol 2, 249-255.

CERIANI-SEBREGONDI G. et al., (2008), « *Quel serait l'objet d'une science du tourisme* », *Téoros*, Vol 27, n°1, 7-13.

DEFFONTAINES P., (1993), *Géographie et colonisation*. Collection Géographie Humaine, Paris : Gallimard, p8.

EUROSTAT, (2014), *Commission européenne Eurostat - Votre clé d'accès à la statistique européenne*, En ligne sur [epp.eurostat.ec.europa.eu](http://epp.eurostat.ec.europa.eu)

HAYAT M., (2002), *Dynamiques des formes et représentations: pour une biopsychologie de la pensée*, Paris: L'Harmattan, 248 p.

LAZZAROTTI O., (1994), « *La géographie dans la controverse touristique* », *Annales de géographie*, Vol 103, n°580, 627-650.

LE PETIT LAROUSSE, (2012), *Le petit larousse illustré 2012*, Paris: Larousse, 1972 p.

LECOQUIERRE B., (1998), *L'estuaire de la Seine - Espace et territoire*, Rouen: PURH, 190 p.

LECOQUIERRE B., (2014), « *La pratique du terrain en géographie comme modalité de compréhension du réel* », in Chevandier C., *Travailler ensemble ? Des disciplines aux sciences sociales*, Rouen : PURH, 258p.

LEVY J., LUSSAULT M., (2013), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés (Seconde édition)*, Paris: Belin, 1127 p.

MAFFESOLI M., (2004), « *Le triomphe de la vie* », *Sociétés*, Vol 2, n°84, 7.

MASLOW A.H., (1943), « *A theory of human motivation* », *Psychological Review*, Vol 50, n°4, 370-396.

MOSCOVICI S., (1989), *Les représentations sociales, Coloquio sobre las representaciones sociales*, Conférence réalisée le 21/03/2008, Paris.

SHEEHY G., (1977), *Les passages de la vie: les crises prévisibles de l'âge adulte*, Paris: Belfond, 315 p.

SPF ECONOMIE, (2014), *SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie*, En ligne sur <http://economie.fgov.be/fr/>

VON BERTALANFFY L., (1968), *Théorie générale des systèmes*, Paris: Dunod, 328 p.

ZAFON CR., (2011), *Marina*, Paris : Robert Laffont, 303p.



## Bibliographie alphabétique

Aéroport Marseille Provence, *Hambourg, la belle nordique*, consulté en ligne sur <http://www.marseille.aeroport.fr/vols/destinations/destinations-regulieres/europe/allemande/hambourg>.

Airports Council International, *The voice of world's airports*, consulté en ligne sur <http://www.aci.aero/Data-Centre>.

American Association of Port Authorities, *Alliance of the ports of Canada, the Caribbean, Latin America, and the United States*, consulté en ligne sur <http://www.aapa-ports.org/>

ATLANTIC ALLIANCE, *Europe prime's cruise destinations*, consulté en ligne sur <http://www.atlanticalliance.eu>.

ATOUT FRANCE (2011), *La croisière dans le monde: marchés, acteurs, tendances et enjeux*, Ed by Atout France, Paris, 268 p.

BAGOT M. (1998), L'implosion de la demande arrivera-t-elle à rejoindre l'explosion de l'offre?, in *Cahiers Espaces*, n°56 , pp 20-33.

BAILLY A. S. (1984), Images de l'espace et pratiques commerciales : l'apport de la géographie de la perception, in *Annales de géographie*, Vol 93, pp 423-451.

BAILLY A., BEGUIN H. (1982), *Introduction à la géographie humaine*, Ed by Masson, Paris, 14-20 p.

BALLESTER P. (2011), Les nouvelles logiques spatiales du port de Barcelone: tourisme de croisière, aménagement et paysage, in *Etudes Carribéennes*, n°18.

Barcelona Tourisme, *Barcelona Turism*, consulté en ligne sur

[http://www.barcelonaturisme.com/Francais/\\_3Ngb8YjSpL2a3y4pka50kriKYel-mbOuxPRt4PcSXkUomz2m14uO5uFzr91jBB0G38ok\\_f3a\\_cQaBHWRdfHv6UtkJN26fXEtT9Y\\_RyvYaGhRZaCPa\\_xrupHPQe0-iY5S](http://www.barcelonaturisme.com/Francais/_3Ngb8YjSpL2a3y4pka50kriKYel-mbOuxPRt4PcSXkUomz2m14uO5uFzr91jBB0G38ok_f3a_cQaBHWRdfHv6UtkJN26fXEtT9Y_RyvYaGhRZaCPa_xrupHPQe0-iY5S)

BEDART F. (2001), Les stratégies d'adaptations des agences de voyage aux nouvelles stratégies, in *Gestion*, Vol 26, pp 19-26.

BERGERON R. (2000), Les croisières et l'Italie: une importante contribution au renouveau portuaire, in *L'information géographique*, n°3 , pp 220-240.

BONSOR N.R.P. (1980), *North Atlantic Seaway*, Ed by Brookside Publications, Wheat Ridge (USA), 297 p.

BOUALEM K. (2008), L'identité scientifique du tourisme: un mythe ou une réalité en construction, in *Téoros*, Vol 27, pp 51-58.

BOUYER C., ( 1998), *La croisière dans les ports français: intérêt économique*, Paris: Les cahiers de l'état - Dossiers et documents, 98 p.

BROGEN K. (2011), The cruise market and outlook, in *ShipPax Market Statistics*, pp 49-69.

BRUNET R. (1973), Structures et dynamiques du territoire français, in *L'espace géographique*, Vol 2, pp 249-255.

BRUNET R. (2000), Des modèles en géographie? Sens d'une recherche, in *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, Vol 2, pp 21-30.

CERIANI-SEBREGONDI G. et al. (2008), Quel serait l'objet d'une science du tourisme, in *Téoros*, Vol 27, pp 7-13.

CHAPELON L., *L'accessibilité, marqueur des inégalités de rayonnement des villes portuaires en Europe*, consulté en ligne sur <http://cybergeo.revues.org/2463>

CHARLIER J. (1996), Croisières maritimes et paysages marins, in *Bulletin de la société géographique de Liège*, Vol 32, pp 273-279.

CHARLIER J. (2013), Croisières maritimes et paysages marins, quelle place pour la haute mer?, in *Bulletin de l'association des géographes français*, Vol 4, pp 441-458.

CHARLIER J. (2004), The cruise shipping industry in the corporate mergers and overpanamax eras. A comparaison with the container shipping industry, in *Belgeo*, Vol 4, pp 433-460.

CHARLIER J. (2000), De la norme panamax à l'essor des overpanamax, in *Acta Geographica*, vol 121, pp 102-111.

CHARLIER J., ARNOLD P. (1998), Les complémentarités saisonnières du marché mondial des croisières, in *Bulletin de la société géographique de Liège*, Vol 65, pp 181-198.

CHARLIER J., MC CALLA R. (2006), A geographical overview of the world cruise market and its seasonal complementarities, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI : Wallingford, pp 18-30.

CHESWORTH N. (2006), The cruise industry and Atlantic Canada: a case study, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI : Wallingford, pp 170-183.

CLANCY M. (2008), Cruisin' to exclusion: commodity chains, the cruise industry, and development in the Caribbean, in *Globalizations*, Vol 5, pp 405-418.

CLIVAZ C., (2008), « L'enjeu de l'interdisciplinarité dans les études du tourisme », in Darbellay F., Paulsen T., (Eds.), *Le défi de l'inter- et transdisciplinarité: concepts, méthodes et pratiques innovantes dans l'enseignement et la recherche* (pp 63-82), Lausanne: PPUR, 338p.

COMTOIS C., SLACK B. (2003), Innover l'autorité portuaire au 21e siècle: un nouvel agenda de gouvernance, in *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, Vol 44 , pp 11-24.

COOPER C., HALL C.M. (2011), *Le tourisme aujourd'hui: une approche internationale*, Ed by De Boeck, Bruxelles, 227 p.

- COUSIN S., REAU B. (2009), *Sociologie du tourisme*, Ed by La découverte, Paris, 126 p.
- Cruise Line International Association, *Cruising. It's all about you*, consulté en ligne sur <http://www.cruising.org/regulatory/about-clia>
- CRUISE MARKET WATCH, *Cruise Market Watch*, consulté en ligne sur <http://www.cruisemarketwatch.com>
- CRUISE RESEARCH SOCIETY, *Cruise Research Society*, consulté en ligne sur <http://www.cruiseresearchsociety.com/>
- DEBRIE J., LAVAUD-LETILLEUL V. (2013), Shipping port governance: the territorial trajectories of reform, in *Journal of transport geography*, Vol 27, pp 56-65.
- DEBRIE J., RUBY C., ( 2009), *Approches des réformes portuaires européennes et nord-américaines - éléments de réflexion pour la politique portuaire française*, Paris: MEEDDAT, 50p.
- DECROP A. (2010), *Le touriste consommateur - Comprendre les comportements pour améliorer son efficacité marketing*, Ed by De Boeck, Bruxelles, 319 p.
- DEHOORNE O., PETIT-CHARLES N. (2011), Le tourisme de croisière et l'industrie de la croisière, in *Études Caribéennes*, Vol 18.
- DEHOORNE O., SAFFACHE P., TATAI C. (2008), Le tourisme international dans le monde: logique des flux et confins de la touristicité, in *Études Caribéennes*, Vol 9.
- DEMEN MEYER C. (2005), Le tourisme, essai de définition, in *Management & Avenir*, Vol 3, pp 7-25.
- DEWAILLY J-M. (2006), *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos?*, Ed by L'Harmattan , Paris, 221 p.
- DONZEL C. (2005), *Paquebots - La vie à bord*, Ed by Solar, Paris, 192 p.
- DOWLING R. (2006), *Cruise Ship Tourism*, Ed by Cabi, Oxford, 441 p.

DWYER L., FORSYTH P. (1996), Economics impacts of Cruise tourism in Australia, in *Journal of Tourism Studies*, Vol 7, n°2, pp 36-45.

ECC (1997), *Contributions of cruise tourism to the economies of Europe*, Ed by ECC , Bruxelles, 24 p.

ESPO, *European Sea Ports Organisation - Stats of the year 2012*, consulté en ligne sur <http://www.espo.be>

EUROSTAT, *Commission européenne Eurostat - Votre clé d'accès à la statistique européenne*, consulté en ligne sur [epp.eurostat.ec.europa.eu](http://epp.eurostat.ec.europa.eu)

FREMONT A. (1998), *La French Line face à la mondialisation de l'espace maritime*, Ed by Anthropose, Paris, 197 p.

FRENCH LINES, *French Lines*, consulté en ligne sur <http://www.frenchlines.com/index.php>

GAY J-C. (2006), Transport et mise en tourisme du monde, in *Cahiers de géographie*, Vol 4, pp 11-22.

GAY J-C. (2008), Tourisme, interfaces et discontinuités, in *Espaces Tropicaux*, Vol 19 , pp 151-156.

GIBSON P., et al (2011), *Cruise sector challenges: Making progress in a uncertain world*, Ed by Verlag, Weisbaden (Allemagne), 244 p.

GINIER J. (1974), Chroniques du tourisme et de l'environnement: transport et tourisme - La croisière en crise, in *Norois*, Vol 82, pp 358-375.

GP Wild (2011), *The cruise industry, contributions of cruise tourism to the economies of Europe*, Ed by ECC , Bruxelles, 25 p.

GRENIER A.A. (2008), Le tourisme de croisière, in *Téoros*, Vol 27, pp 36-48.

GUI L., PAOLO RUSSO A. (2011), Cruise ports: a strategic nexus between regions and

global lines- evidence from the Mediterranean, in *Maritime Policy and Management*, Vol 38, pp 129-150.

HALL P. (2004), Ocean cruising : Market dynamic, product responses and onshore impacts, in Pinder D., Slack B., *Shipping and ports in the 21st century*, Routledge, Londres, pp 99-120.

HAROPA, (2014), *Ports de Paris Seine Normandie*, En ligne sur <http://www.haropaports.com/>

HAYAT M. (2002), *Dynamiques des formes et représentations: pour une biopsychologie de la pensée*, Ed by L'Harmattan , Paris, 248 p.

HUNG K., PETRICK J-F. (2011), Why do you cruise? Exploring motivations for taking cruise holidays and the construction of a cruising motivation scale, in *Tourism Management*, n°32 , pp 386-393.

HOYLE B. (2000), Global and local change on the port-city waterfront, in *The Geographical Review*, n°3, pp 395-417.

International Labour Organization, *Maritime Labour Convention*, consulté en ligne sur [http://www.ilo.org/global/standards/maritime-labour-convention/lang--en/index.htm?utm\\_source=ILO+Newsletter&utm\\_campaign=aca6255496-News\\_ILO\\_Asia\\_Pacific\\_September\\_20138\\_28\\_2013&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_e6ea55e89d-aca6255496-35937449](http://www.ilo.org/global/standards/maritime-labour-convention/lang--en/index.htm?utm_source=ILO+Newsletter&utm_campaign=aca6255496-News_ILO_Asia_Pacific_September_20138_28_2013&utm_medium=email&utm_term=0_e6ea55e89d-aca6255496-35937449)

International Maritime Organization, *International Convention for the Safety of Life at Sea (SOLAS), 1974*, consulté en ligne sur [http://www.imo.org/About/Conventions/ListOfConventions/Pages/International-Convention-for-the-Safety-of-Life-at-Sea-\(SOLAS\),-1974.aspx](http://www.imo.org/About/Conventions/ListOfConventions/Pages/International-Convention-for-the-Safety-of-Life-at-Sea-(SOLAS),-1974.aspx)

JOHNSON D. (2002), Environnementally sustainable cruise tourism: a reality check, in *Marine Policy*, Vol 26, pp 261-270.

KNAFOU R. & STOCK M. (2002), Tourisme, in J. LÉVY & M. LUSSAULT

(Eds.). *Dictionnaire de géographie et des sciences de l'espace et du social*. Paris : Belin, 1127 p.

LAVAUD-LETILLEUL V. (2007), Le Delta d'Or autour de Rotterdam, Anvers et Zeebrugge: l'émergence d'une véritable région portuaire face au défi de la mondialisation ?, in *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, Vol 51, pp 61-96.

LAZZAROTTI O. (1994), La géographie dans la controverse touristique, in *Annales de géographie*, Vol 103, pp 627-650.

LE PETIT LAROUSSE (2012), *Le petit larousse illustré 2012*, Ed by Larousse, Paris, 1972 p.

LECOQUIERRE B. (1998), *L'estuaire de la Seine - Espace et territoire*, Ed by PURH, Rouen, 190 p.

LESCURE J-C. (2011), La sécurité, un enjeu de développement des croisières (1975 – 2010) ?, in *Etudes Carribéennes*, Vol 18.

LEVY B. (2004), Voyage et tourisme, malentendus et lieux communs, in *Le Globe*, Vol 144, pp 123-136.

LEVY J., LUSSAULT M. (2013), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Ed by Belin, Paris, 1127 p.

LOIS P., WANG J. (2005), Choosing a cruise destination: and the level of passengers satisfaction, their needs and expectations: the Cyprus case, in *Tourism Today*, Vol 5 , pp 142-152.

LOZATO-GIOTART JP. (2008), *Géographie du tourisme*, Ed by Pearson Education France, Paris, 330 p.

LUNDGREN J. (2006), Spatial and evolutionary characteristics of Baltic Sea cruising: an historic-geographical overview, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 131-144.

MADDAH B. et al. (2010), Dynamic cruise ship revenue management, in *European Journal of Operational Research*, Vol 207 , pp 445-455.

MAFFESOLI M. (2004), Le triomphe de la vie, in *Sociétés*, Vol 2, pp 7.

MARTI B. (1996), Carribean cruising: an analysis of competition among US ports, in *Maritime Policy & Management*, Vol 23, pp 15-25.

MASLOW A.H. (1943), A theory of human motivation, in *Psychological Review*, Vol 50, pp 370-396.

MESSAGER M., et al. (2010), *L'essor prometteur des croisières en France*, Ed by Conseil National du tourisme, Paris, 116 p.

MILLER A., GRAZER W. (2006), Cruising and the North American Market, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 74-85.

MIOSSEC J-M (1977), L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme, in *Annales de géographie*, Vol 86, pp 55-70.

MOSCOVICI S., (1989), Les représentations sociales, *Coloquio sobre las representaciones sociales*, Conférence réalisée le 21/03/2008, Paris.

MUNRO J., GILL W. (2006), The Alaska Cruise Industry, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 145-159.

Nantes Saint-Nazaire Port, *Découvrir l'activité portuaire: la capitainerie*, consulté en ligne sur <http://www.nantes.port.fr/decouvrir-lactivite-portuaire/professions-portuaires/la-capitainerie/>

NOBIS V., (1993), *Evolution du marché de la croisière: du transport maritime de passagers au produit touristique complet*, Mémoire réalisé dans le cadre d'un DESS Transports, Communication et Logistique des échanges internationaux à l'UFR de Géographie Paris IV La Sorbonne, 200 p.

Organisation Mondiale du Tourisme (2003), *Compte satellite du tourisme:*

*recommandations concernant le cadre conceptuel*, Ed by OCDE, 138 p.

Organisation Mondiale du Tourisme, *Organisation Mondiale du Tourisme, OMT*, consulté en ligne sur <http://www2.untwo.org>

ORT PACA, l'impact de l'activité portuaire sur le transport terrestre et la logistique en PACA – Synthèse , 2001

PAPATHANASSIS A. (2009), *Cruise sector growth*, Ed by Verlag, Weisbaden (Allemagne), 196 p.

PEISLEY T. (2000), *The world cruise ship industry*, Ed by Travel & Tourism Intelligence, Londres, 178 p.

PETRICK J-F. (2005), Segmenting cruise passengers with price sensitivity, in *Tourism Management*, Vol 26 , pp 753-762.

PETRICK J.F. (2004), Are loyal visitors desired visitors?, in *Tourism Management*, Vol 25, pp 463-470.

PINARD J. (1979), L'express côtier, moyen de transport régional et de croisière touristique, in *Norois*, Vol 26, pp 5-27.

PORT OF ZEEBRUGGE, (2014), *Port of Zeebrugge* , En ligne sur <http://www.portofzeebrugge.be/>

RAYNALD WERNER A. (1964), *Traité de droit maritime général*, Ed by Librairie Droz, Genève, 502 p.

RIDOLFI G. (2000), The new myth of Ulysses. Cruising in the Mediterranean, in Casteljon R., Charlier J., *El renacer de los cruceros : la mundializacion de los negocios turisticos y maritimos*, Fundacion Portuaria, Madrid, pp 136-154.

ROBBINS D. (2006), Cruise ships in the UK and North European market: development opportunity or illusion fo UK ports, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 363-376.

RODRIGUE J-P. et al, *The geography of transport systems*, consulté en ligne sur <http://people.hofstra.edu/geotrans>

ROUSSAT C. (2000), Croisières maritimes: la fin d'une vision maritimiste, in *Transports* , Vol 399, pp 36-49.

SHEEHY G. (1977), *Les passages de la vie: les crises prévisibles de l'âge adulte*, Ed by Belfond, Paris, 315 p.

SLETVOLD O.(2006), The Norwegian Coastal Express: moving towards cruise tourism?, in Dowling R. ,*Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 223-231.

SORIANI S., BERTAZZON S., DI CESARE F., RECH G. (2009), Cruising in the Mediterranean: structural aspects and evolutionary trends, in *Maritime Policy & Management*, Vol 36, pp 235-251.

SPF Economie, *SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie*, consulté en ligne sur <http://economie.fgov.be/fr/>

TOH R-S., RIVERS M.J., LING T.W. (2005), Room occupancies: cruise lines out-do the hotels, in *Hospitality Management*, Vol 24 , pp 124-135.

TOURRET P. (2011), La croisière, in *ISEMAR - Note de synthèse n°140* , pp 1-4.

UNESCO, *Liste du patrimoine mondial*, consulté en ligne sur <http://whc.unesco.org/fr/list>.

URBAIN J-D., (2002), *L'idiot du voyage - Histoires de touristes*, Payot, Paris, 368 p.

VERONNEAU S., ROY J. (2009), Global services supply chains: a empirical study of current practices and challenges of a cruise line corporation, in *Tourism Management*, n°30, pp 128-139.

VIGARIE A. (1979), *Ports de commerces et vie littorale*, Ed by SABIR, Paris, 717 p.

VON BERTALANFFY L. (1968), *Théorie générale des systèmes*, Ed by Dunod , Paris, 328 p.

WARD D. (2013), *Complete guide to cruising & cruise ships*, Ed by Berlitz, Londres, 704 p.

WEAVER A. (2005), Spaces of containment and revenue capture: "Super-sized" cruise ships as mobile tourism enclaves, in *Tourism Geographies*, Vol 7, pp 165-184.

WILD P., DEARING J. (2004), *Outlook and new opportunities for the cruise industry to 2014*, Ed by G.P. Wild International, Haywards Heath (UK), p.

WILKINSON P.(2006), The changing geography of cruise tourism in the Carribean, in Dowling R., *Cruise Ship Tourism*, CABI, Wallingford, pp 184-194.

WOOD R. (2000), Caribbean Cruise Tourism: Globalization at sea, in *Annals of Tourism Research*, Vol 27, pp 345-370.

## Table des figures et des tableaux

Figure 1: Construction de la question de recherche.....	10
Figure 2: Evolution du nombre de touristes internationaux.....	26
Figure 3: Evolution des recettes mondiales du tourisme.....	29
Figure 4: L'approche systémique du tourisme.....	34
Figure 5: La croisière, à l'intersection entre transport, tourisme et loisirs.....	37
Figure 6: La croisière au sein du tourisme.....	39
Figure 7: État de la littérature académique sur l'industrie des croisières.....	42
Figure 8: Ligne du temps récapitulative des événements clés dans l'histoire de la croisière.....	48
Figure 9: Les aménagements intérieurs des paquebots transatlantiques.....	53
Figure 10: Les paquebots transatlantiques.....	54
Figure 11: Relation entre congés payés et tourisme de masse.....	58
Figure 12: Evolution du nombre des passagers de croisières.....	68
Figure 13: Les bassins mondiaux de croisière.....	71
Figure 14: Cycle de vie du produit touristique.....	72
Figure 15: Les différents sous-bassins américains.....	74
Figure 16: Les différents sous-bassins européens.....	76
Figure 17: Les bassins secondaires de croisière.....	78
Figure 18: Evolution de la capacité moyenne des navires.....	86
Figure 19: Jeu d'acteurs sectoriel.....	149
Figure 20: Jeu d'acteurs temporel.....	153
Figure 21: Le système des acteurs de la croisière.....	154
Figure 22: Les principaux pavillons de la croisière.....	158
Figure 23: Le système croisière.....	165
Figure 24: Offre en terme de capacité de la croisière en 2010.....	174

Figure 25: Répartition de l'offre mondiale de croisière en 1990.....	176
Figure 26: Répartition de l'offre mondiale de croisières en 2010.....	176
Figure 27: Nombre de passagers en 2010 pour le continent américain.....	178
Figure 28: Nombre de passagers en 2010 pour le continent européen.....	179
Figure 29: Nombre de passagers en 2010 pour le reste du monde.....	179
Figure 30: Itinéraire annuel du Celebrity Constellation.....	181
Figure 31: Itinéraire annuel du Costa Fascinosa.....	182
Figure 32: Itinéraire annuel du Costa NeoRomantica.....	183
Figure 33: Itinéraire annuel du Norwegian Jewel.....	184
Figure 34: Itinéraire annuel du Maasdam.....	185
Figure 35: Les rangées en Europe du Nord.....	200
Figure 36: Nombre de passagers en escale en 2010.....	210
Figure 37: Nombre d'escales en 2010.....	211
Figure 38: Nombre de passagers moyen par navires en escale en 2010.....	212
Figure 39: Localisation et flux de passagers des aéroports en 2012.....	214
Figure 40: Réseau autoroutier de l'hinterland nord-européen.....	216
Figure 41: Réseau ferroviaire principal de l'hinterland nord-européen.....	217
Figure 42: Densité de population en 2010 à l'échelle des NUTS2 européens.....	219
Figure 43: Patrimoine matériel de l'UNESCO de l'hinterland nord-européen.....	221
Figure 44: Le centre-ville du Havre reconstruit par Auguste Perret.....	233
Figure 45: Le Havre au sein de la région normande.....	234
Figure 46: La ville et le port du Havre.....	235
Figure 47: Le centre de la ville du Havre.....	237
Figure 48: Terminal croisière du Havre et aménagements urbains.....	238
Figure 49: La ville , le port de Zeebruges et la ville de Bruges.....	239
Figure 50: Projet du nouveau terminal croisière de Zeebruges.....	240
Figure 51: Zeebruges, Anvers et leur région avoisinante.....	241
Figure 52: Le port et la ville d'Anvers en vue globale.....	243
Figure 53: Centre-ville d'Anvers.....	244
Figure 54: La ville et le port d'Anvers en vue locale.....	245
Figure 55: La ville et le port de Rotterdam.....	246
Figure 56: Maisons cubiques dans le centre de Rotterdam.....	247

Figure 57: Les ports d'Amsterdam, Ijmuiden et Rotterdam au sein de leur arrière-pays...	248
Figure 58: La ville et le port d'Ijmuiden.....	250
Figure 59: Plage et pistes cyclables à Ijmuiden.....	252
Figure 60: Le Felison Cruise Terminal d'Ijmuiden.....	253
Figure 61: La ville et le port d'Amsterdam.....	254
Figure 62: Intérieur du Passenger Terminal Amsterdam.....	255
Figure 63: Bremerhaven, Hambourg et leur région avoisinante.....	257
Figure 64: La ville et le port de Bremerhaven.....	258
Figure 65: Attractions touristiques de Bremerhaven.....	259
Figure 66: Le terminal de Bremerhaven.....	260
Figure 67: L'HafenCity à Hambourg: architecture classique et architecture moderne.....	261
Figure 68: La ville et le port d'Hambourg.....	262
Figure 69: Terminal d'HafenCity et Altona à Hambourg.....	263
Figure 70: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels du Havre.....	266
Figure 71: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels de Zeebruges.....	267
Figure 72: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels d'Anvers.....	268
Figure 73: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels de Rotterdam.....	269
Figure 74: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels d'Ijmuiden.....	270
Figure 75: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels d'Amsterdam.....	271
Figure 76: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels de Bremerhaven.....	272
Figure 77: Schéma d'organisation des espaces fonctionnels d'Hambourg.....	273
Figure 78: Comparaison de l'organisation des espaces fonctionnels.....	275
Figure 79: Organisation schématique des interactions sociales au sein de la ville de croisière.....	283
Figure 80: Organisation schématique des flux de marchandises au sein de la ville de croisière.....	284
Figure 81: Organisation schématique des flux de passagers entrants au sein de la ville de croisière.....	285
Figure 82: Organisation schématique des flux de passagers sortants au sein de la ville de croisière.....	286
Figure 83: Organisation schématique des transports au sein de la ville de croisière.....	287
Figure 84: Organisation schématique des aménagements au sein de la ville de croisière.	288

Figure 85: Les composantes du modèle de la ville portuaire de croisière.....	290
Figure 86: Le modèle de la ville portuaire de croisière.....	292
Figure 87: Aménagement des centres commerciaux.....	294
Figure 88: Offre d’excursion au départ des ports d’étude selon la durée.....	296
Figure 89: Schéma d’organisation spatiale du port de croisière au sein de son hinterland.....	298
Figure 90: Le terminal croisière de Hong Kong.....	302
Figure 91: Le terminal croisière de Shanghai.....	303
Figure 92: Les terrasses du port au sein du projet Euroméditerranées à Marseille.....	305
Figure 93: Le Port Vell à Barcelone.....	307
Figure 94: La pointe de Floride - Localisation du terminal croisière.....	311
Tableau 1: Les grandes approches de la géographie.....	11
Tableau 2: Gagnants du ruban bleu entre l'Europe et l'Amérique du Nord.....	52
Tableau 3: Structure du groupe Carnival Corporation.....	61
Tableau 4: Structure du groupe RCCL.....	63
Tableau 5: Évolution de la taille moyenne des navires par années de construction.....	81
Tableau 6: Évolution de la taille moyenne des navires par année de mise à l'eau.....	82
Tableau 7 : Analyse de l'équilibre budgétaire des compagnies de croisières rapporté au prix de vente du billet.....	89
Tableau 8: Variables de l'enquête Adeptes.....	116
Tableau 9: Classement des représentations des profanes.....	129
Tableau 10: Les principaux chantiers navals (1970-2013).....	147
Tableau 11: La croisière au sein de la rangée nord-européenne.....	203
Tableau 12: La place de la croisière dans l'activité portuaire – partie 1.....	206
Tableau 13: La place de la croisière dans l'activité portuaire – partie 2.....	208
Tableau 14: Classement des ports selon leur mode de gestion vu par la banque mondiale.....	227



## Table des matières

Remerciements.....	3
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	7
PREMIÈRE PARTIE ÉMERGENCE ET ÉVOLUTION DU MARCHÉ MONDIAL DE LA CROISIÈRE.....	15
INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE.....	17
Chapitre I TOURISME ET CROISIÈRE.....	19
I.1. Introduction.....	19
I.2. Approche scientifique du tourisme.....	20
I.2.1. Tourisme et monde académique.....	20
I.2.2. Fondement d'une science touristique.....	21
I.2.3. Tourisme, objet ou science ?.....	22
I.3. Définition actuelle du tourisme.....	23
I.3.1. Construction de la définition du tourisme.....	23
I.3.2. Développement du tourisme.....	25
I.3.3. Impact mondial du tourisme.....	29
I.3.4. Distinction tourisme – loisirs - voyage.....	30
I.4. Approche géographique du tourisme.....	32
I.4.1. Géographie et approche du tourisme.....	32
I.4.2. Géographie du tourisme.....	35
I.5. Croisière, tourisme et géographie.....	36
I.5.1. Croisière et transport.....	37
I.5.2. Croisière et tourisme.....	38
I.5.3. Croisière et loisirs.....	39
I.5.4. Croisière et recherche scientifique.....	40
I.5.5. Définition de la croisière.....	43
I.6. Conclusions.....	45
Chapitre II ÉVOLUTION DE LA CROISIÈRE DE SES PRÉMISSSES À AUJOURD'HUI .....	47
II.1. Introduction.....	47

II.2. Origines de la croisière.....	49
II.2.1. Origines au sein du tourisme.....	49
II.2.2. Origines au sein du transport.....	50
II.2.3. Guerres et réquisitions.....	53
II.2.4. Après-guerre : reconstruction, et début de la concurrence.....	55
II.3. Croissance et évolution du concept.....	57
II.3.1. 1970-1980 : Transition et émergence de la croisière.....	57
II.3.2. Années 1980 : changement des mentalités.....	59
II.3.3. Émergence des premières compagnies.....	61
Le groupe Carnival.....	61
Le groupe Royal Caribbean Cruise Line.....	62
Autres grandes compagnies.....	63
II.4. Conclusions.....	65
Chapitre III TENDANCE ACTUELLE : ENTRE GIGANTISME ET	
RATIONNALISATION.....	67
III.1. Introduction.....	67
III.2. Évolution globale.....	68
III.3. Configuration géographique : les différents bassins de croisière.....	71
III.3.1. Vue mondiale.....	71
III.3.2. Vues régionales.....	73
Bassin américain :.....	73
Bassin européen :.....	75
Reste du monde :.....	77
III.3.3. Marchés européens.....	79
III.4. Configuration économique.....	80
III.4.1. Offre de croisières.....	80
Offre en terme de capacité.....	80
Compétition au sein de l'offre.....	82
L'offre répond-elle à la demande ?.....	83
III.4.2. Demande.....	83
III.4.3. Recherche de l'équilibre budgétaire.....	84
État des lieux des recettes et des dépenses.....	84

Première stratégie : augmenter le nombre de passagers.....	85
Deuxième stratégie : jouer sur les prix.....	87
Troisième stratégie : augmenter les revenus à bord.....	88
Quatrième stratégie : traiter son image de marque.....	89
Autres stratégies.....	90
III.5. Différentes tendances à venir.....	91
III.5.1. Problématique du carburant.....	91
III.5.2. Problématique de la maintenance des navires.....	92
III.5.3. Problématique du développement durable.....	92
III.6. La croisière, c'est quoi ?.....	93
III.6.1. Classification des croisières.....	93
Selon le touriste.....	93
Selon la philosophie des compagnies.....	94
Selon le ratio temps en mer/temps au port.....	96
Selon la durée de croisières.....	96
III.6.2. Définition et critiques.....	97
III.7. Conclusions.....	99
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE.....	101
DEUXIÈME PARTIE LE SYSTÈME CROISIÈRE.....	105
INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....	107
Chapitre IV IMAGES DE LA CROISIÈRE.....	109
IV.1. Introduction.....	109
IV.2. Méthodologie et concepts.....	110
IV.2.1. Concepts.....	110
Les processus de prise de décision.....	110
La notion d'image mentale.....	112
Le concept de représentation.....	112
IV.2.2. Hypothèses de départ.....	113
IV.2.3. Questionnaire Adeptes.....	114
Construction du questionnaire.....	114
Application et encodage du questionnaire.....	117
Biais de l'enquête.....	119
IV.2.4. Questionnaire Profanes.....	120

Construction du questionnaire.....	120
Application et encodage du questionnaire.....	121
Les biais du questionnaire.....	123
IV.3. Résultats des questionnaires.....	123
IV.3.1. Résultats du questionnaire Adeptes.....	123
Résultats globaux.....	123
Comparaison selon l'âge.....	125
Comparaison selon la nationalité.....	125
Comparaison selon le navire.....	127
Comparaison Novices - Accoutumés.....	127
IV.3.2. Résultat des questionnaires Profanes.....	128
IV.3.3. Analyse des résultats.....	130
Hypothèse : « Les comportements généraux des croisiéristes diffèrent selon leur tranche d'âge ou leur nationalité ».....	131
Hypothèse : La croisière est un mode de vacances pour les individus du troisième âge.....	133
Hypothèse : « Par leurs navires, les compagnies visent des clientèles au profil ciblé ».....	133
Hypothèse : « La motivation principale d'un croisiériste est de pouvoir visiter plusieurs lieux en une seule fois.....	135
Hypothèse : « La majorité des croisiéristes sont des habitués de ce mode de vacances ».....	135
IV.4. Conclusions.....	136
Chapitre V ORGANISATION SOCIALE DE LA CROISIÈRE.....	139
V.1. Introduction.....	139
V.2. Jeu des acteurs.....	140
V.2.1. Acteurs du système croisière.....	140
Les acteurs centraux.....	140
Les acteurs du transport.....	141
Les acteurs du tourisme.....	143
Les acteurs des loisirs.....	144
Les acteurs indirects.....	145

V.2.2. Analyse du graphe sectoriel.....	148
Les acteurs du transport.....	148
Les acteurs du tourisme.....	150
Les acteurs des loisirs.....	151
Les acteurs indirects.....	151
V.2.3. Analyse du graphe temporel.....	152
Avant la croisière.....	152
À bord de la croisière.....	152
Lors d'une escale.....	153
V.2.4. Analyse globale du jeu d'acteurs.....	154
V.3. Contraintes externes au système croisière.....	155
V.3.1. Contrainte économique : les pavillons de complaisance.....	156
Le pavillon : définition.....	156
Les principaux pavillons de la croisière.....	158
V.3.2. Contrainte législative : les réglementations internationales.....	159
SOLAS.....	159
MLC.....	160
V.3.3. Contraintes environnementales.....	161
MARPOL.....	161
Gestion des déchets.....	161
Émissions de gaz à effet de serre.....	162
Dégradations environnementales et recherche de solutions.....	164
V.4. Le système croisière.....	165
V.5. Conclusions.....	168
Chapitre VI LA CROISIÈRE ET SON ANCRAGE SPATIAL.....	172
VI.1. Introduction.....	172
VI.2. Changements de saisonnalité de la croisière.....	173
VI.2.1. La saisonnalité de la croisière.....	173
VI.2.2. L'élargissement des saisons : comparaison 1990 / 2010.....	175
VI.3. La croisière : entre bassins régionaux et repositionnement.....	180
VI.4. Conclusions.....	186
CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....	189
TROISIÈME PARTIE LE PORT DE CROISIÈRE, UN ENJEU URBAIN.....	193

INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE.....	195
Chapitre VII LE PORT ET L'ACTIVITÉ CROISIÈRE.....	197
VII.1. Introduction.....	197
VII.2. Méthodologie de terrain.....	198
VII.2.1. Le choix des ports d'étude.....	198
Le choix de la rangée portuaire.....	198
Le choix des ports au sein de la rangée nord-européenne.....	203
VII.2.2. La méthode de terrain.....	204
Préparation avant le terrain.....	204
Encodage des données.....	205
VII.3. La place de la croisière au sein de l'activité portuaire.....	205
VII.4. La rangée nord-européenne.....	210
VII.4.1. Les ports de croisière.....	210
VII.4.2. L'hinterland de la rangée nord-européenne.....	213
Les modes de transport.....	214
La population.....	217
Attrait touristique.....	220
VII.5. Conclusions.....	222
Chapitre VIII LES PORTS DE LA RANGÉE NORD-EUROPÉENNE.....	225
VIII.1. Introduction.....	225
VIII.2. Mode de gestion de la croisière.....	226
VIII.2.1. La gouvernance portuaire : généralités.....	226
VIII.2.2. La gouvernance portuaire dans la rangée nord-européenne.....	228
Les ports allemands.....	228
Les ports belges.....	229
Les ports néerlandais.....	230
Les ports français.....	231
VIII.3. Résultats des terrains au sein de la rangée nord-européenne.....	232
VIII.3.1. Cartographie des ports étudiés.....	232
Le Havre.....	233
Zeebruges.....	238
Anvers.....	242
Rotterdam.....	245

Ijmuiden.....	249
Amsterdam.....	253
Bremerhaven.....	256
Hambourg.....	260
VIII.3.2. Schémas d'organisation.....	264
Le Havre.....	265
Zeebruges.....	266
Anvers.....	267
Rotterdam.....	268
Ijmuiden.....	269
Amsterdam.....	271
Bremerhaven.....	272
Hambourg.....	273
Comparaison des modèles.....	274
VIII.4. Conclusions.....	277
Chapitre IX MODÉLISATION DU PORT DE CROISIÈRE.....	279
IX.1. Introduction.....	279
IX.2. Modèle du port de croisière.....	280
IX.2.1. La modélisation en géographie.....	280
IX.2.2. Organisation fonctionnelle de la ville portuaire de croisière.....	282
Les interactions sociales.....	282
Les flux de marchandises et de passagers.....	284
Les transports.....	286
Les aménagements urbains.....	288
IX.2.3. Modélisation de la ville de croisière.....	290
IX.2.4. Modèle à l'échelle régionale.....	295
IX.3. Pistes de développement et d'aménagement.....	300
IX.3.1. Pistes globales de développement.....	300
Le développement du terminal.....	300
Les interfaces villes-ports.....	304
Politiques urbaines.....	306
Les politiques régionales.....	308

IX.3.2. Et pour Le Havre ?.....	309
IX.4. Conclusions.....	312
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE.....	315
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	319
Bibliographie thématique.....	326
Bibliographie alphabétique.....	337
Table des figures et des tableaux.....	348
Table des matières.....	354
Liste des sigles et abréviations.....	362
Annexes.....	363

## Liste des sigles et abréviations

<b>AIEST</b>	Agence Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme
<b>AIVP</b>	Association Internationale Ville Port
<b>CC</b>	Carnival Corporation
<b>CCL</b>	Carnival Cruise Line
<b>CDF</b>	Croisières De France
<b>CDG</b>	Aéroport Charles-de-Gaulle
<b>CGT (ou La Transat)</b>	Compagnie Générale Transatlantique
<b>CLIA</b>	Cruise Lines International Association
<b>CST</b>	Compte Satellites du Tourisme
<b>ECC</b>	European Cruise Council
<b>FIS</b>	French International Register
<b>FOC</b>	Flag Of Convenience (Pavillon de complaisance)
<b>GISR</b>	German International Shipping Register
<b>HAL</b>	Holland America Line
<b>HORECA</b>	Hôtels, Restaurants et Cafés
<b>IAATO</b>	International Association of Antarctica Tours Operators
<b>ITF</b>	International Transport Framework
<b>MARPOL</b>	MARine POLLution
<b>MLC</b>	Maritime Labour Convention
<b>NCL</b>	Norwegian Cruise Line
<b>NUTS</b>	Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques
<b>OMI</b>	Organisation Maritime Internationale
<b>OMT</b>	Organisation Mondiale du Tourisme
<b>PSA</b>	Passenger Shipping Association
<b>RCCI</b>	Royal Caribbean Cruise International
<b>RCCL</b>	Royal Caribbean Cruise Line
<b>SDN</b>	Société Des Nations
<b>SOLAS</b>	Safety Of Life At Sea

## Annexes

Annexe 1: Evolution des compagnies du groupe Carnival.....	364
Annexe 2: Evolution des compagnies du groupe RCL.....	365
Annexe 3 : Guide d'entretien avec les gestionnaires croisière.....	366
Annexe 4 : Réponses à l'entretien du port d'Anvers.....	368
Annexe 5 : Réponses à l'entretien du port de Bremerhaven.....	370
Annexe 6 : Réponses à l'entretien du port de Ijmuiden.....	373
Annexe 7 : Réponses de l'entretien du port du Havre.....	375
Annexe 8 : Grille d'analyse des réponses aux entretiens.....	377
Annexe 9 : Fiche d'enquête de terrain.....	378
Annexe 10 : Résultats terrain - le terminal.....	380
Annexe 11 : Accessibilité des terminaux de croisière.....	382
Annexe 12 : Sondage sur l'attrait et l'image de la croisière.....	383
Annexe 13 : Résultats des sondages auprès des croisiéristes.....	389
Annexe 14 : Sondage sur les images de la croisière – Point de vue des non-croisiéristes.....	392
Annexe 15 : Résultats des sondages auprès des non-croisiéristes.....	395

### Annexe1: Evolution des compagnies du groupe Carnival

Groupe	Compagnie	Date de création	Date de 1 <sup>ère</sup> mise à l'eau	Rachat - Fusion	Groupe Carnival	Arrêt	Flotte (2010)
1	Ocean Village	2003	2003		2003	2010	/
2	Carnival Cruise Line	1972	1972		1993		23
	Seabourne	1987	1987	1996	/		6
	Holland America Line	1873	1895	1989	1993		15
	Windstar Cruise	1984	1984	1987	/	2008	/
3	Costa Crociere S.p.A				1997		
	Costa	1923	1948		/		17
	Croisière Paquet	1863	1863	1993	/		2
	Ocean Cruise Line	1983	1983	1992	/		
	Iberocruceros	2007	2007		/		4
	Aida Cruises	1991	1994	2000	/		8
4	Cunard	1839	1840		1999		3
	White Star Line	1845		1934	/		1
	Norwegia America Line	1910		1983	/	1983	/
	Ellemer Lines	1982		1988	/	2004	/
	Royal Viking Line	1972		1994	/	1998	/
5	Peninsular & Oriental Steamship Company	1840	1840		2003		7
	P&O Cruises Australia	1975			/		4
	Orient Line	1797	1954	1918	/	1986	/
	Swan Hellenic	1950	1950	1983	/		1
	Princess Cruises	1965	1965	1974	2003		18
	Sitmar			1988	/		4

**Annexe2: Evolution des compagnies du groupe RCL**

Groupe	Compagnie	Date de création	Date de 1ere mise à l'eau	Rachat - Fusion	Intégration au groupe RCCL	Arrêt	Flotte (2010)
1	Pullmantur Cruises	1990	2000	2006	2006	/	6
2	Island Cruises	2001	2001	2008	2008	/	2
3	TUI Cruises	2009	2009	/	2009	/	2
	Hapag-Lloyd	1970	1970	1998	/	/	5
	Peregrine Adventures	1977	1977	2006	/	/	2
	Thomson Cruises	1965	1965	/	2009	/	5
	The adventure fleet	2007	2007	2007	/	/	1
	Quark Expeditions	1991	1991	2006	/	/	6
	Zegrham Expeditions	1990	1990	2009	/	/	1
4	Royal Caribbean International	1968	1970	/	1997	/	23
	Admiral Cruise	1982	1982	1988	/	-	-
	Croisière de France	2007	2008	2008	/	/	2
5	Celebrity Cruise	1989	1989	/	1997	/	11
	Azamara club Cruise	2007	2007	2007	/	/	2

### Annexe 3 : Guide d'entretien avec les gestionnaires croisière

La croisière maritime est une activité en plein essor. Elle s'est développée régulièrement pendant la première décennie du XXe siècle et elle s'impose aujourd'hui comme une activité significative pour la plupart des ports européens. La croisière s'organise autour de dimensions particulières : le déplacement continu et la découverte de la terre à partir d'un navire.

L'objectif de la recherche effectuée au sein de l'Université du Havre (CIRTAI) est de mesurer la signification et les impacts de cette activité pour les ports de Manche et d'Europe du Nord. Le but de cette interview est donc de comprendre comment se déroule la gestion de port de croisière, les potentialités d'amélioration de l'attractivité des ports, la gestion de la compétitivité, ... Elle pourrait, en parallèle, permettre de mettre en exergue les relations existantes entre les différents acteurs participant au monde de la croisière.

#### **Furlanetto Gwennaëlle**

gwennfurlanetto@gmail.com

CIRTAI - Université du Havre,

UFR Lettres et Sciences Humaines,

25, rue Philippe Lebon,

76600 Le Havre

- Selon vous, pourquoi a-t-on connu un tel développement de la croisière ces 20 dernières années ?
- Selon vous, qu'attend un touriste en choisissant de partir en croisière ?
- Quel est l'image que vous attachez à la croisière ?
- Comment se déroule les relations entre les différents acteurs de la croisière (Autorités portuaires, compagnies de croisières, entreprises d'approvisionnement, office de tourisme, excursionnistes, ...) ?
- Observe-t-on une compétition entre votre port et les ports avoisinants ?
- Quels ont été les principaux investissements spécifiques à la croisière qui ont été réalisés dans votre port ?

- Le terminal de croisières est-il plurifonctionnel ? Si oui, quelles sont les autres fonctions qu'il occupe ?
  - Quel est l'importance de la croisière dans vos flux portuaires ?
  - Quelles sont les principales retombées que vous apporte le développement de la croisière ?
  - Existe-t-il des coopérations entre le terminal de croisière et d'autres modes de transport (train, tram, bus, avion) afin de proposer des packagings ?
  - Quels sont les principaux types de visites des passagers débarquant dans votre port (excursions vers une autre ville, excursions dans la région, visite libre, ...) ?
  - Quelles sont les stratégies de développement que vous comptez mettre en place pour augmenter votre trafic de croisiéristes ?
  - Que pourriez-vous mettre en place pour améliorer l'attractivité de votre terminal croisière ?
-

## Annexe 4 : Réponses à l'entretien du port d'Anvers

- In your opinion, why there was such a development of cruise industry over the last twenty years?

The convenience and comfort of cruising are great added values for the passengers. Having a floating hotel that takes you each day to a new destination and offers you shore excursions programmes in order to discover these cities, makes the bus tours in Europe obsolete.

- In your opinion, what a tourist expects by choosing a cruise?

An interesting itinerary, meaning interesting cities to visit, comfort, and great value.

- How is the relationship between the different actors of the cruise (port authorities, cruise companies, supply companies, tourist office...)?

In Antwerp we have quite an unique collaboration. The City, meaning tourist office, and Port Authority have joined forces in Antwerp Cruise Port. This department is responsible for the promotion, marketing and sales of Antwerp as a cruise port. The City and Port combine both marketing, nautical expertise and destination services, information that is crucial to the cruise lines.

- Can we observe a competition between your port and nearby ports?

Most ports have gathered in marketing organisations in order to better promote themselves and their regions. Examples of these collaborations are Atlantic Alliance, Med Cruise and Cruise Europe.

Ports now realize that cruise lines sail in a region, instead of calling at individual ports. They now emphasise on marketing and the promotion a region as a quality destination. This way the joint efforts within these collaborations will drive business to each individual port.

- What were the major investments, specific to the cruise, were achieved in your port?
  - o Gangway: the river Scheldt that runs through Antwerp is a tidal river so we needed a gangway that adapts itself to that tide.
  - o The renovation of the quay. Cruise vessels dock in the historical city centre, meaning they use a historical berth. The berth had to be renovated and the quay walls reinforced.

- The building of a terminal and coach parking
- The cruise terminal is it multifunctional? If yes, what other functions he performs?
 

Yes, the Antwerp Cruise Terminal is multifunctional, it can be used for product presentations, receptions and meetings.
- What is the importance of the Cruise port in your city?
 

Cruises are not the main form of tourism but the numbers are impressive. On a yearly basis, Antwerp receives around 110 000 passengers, for both segments ocean and river cruises.

Our overnights are around 1,5 million on a yearly basis. These are the major source markets for Antwerp: National market, The Netherlands, Germany, France, UK, USA .
- What is the main benefit that brings you the development of the cruise?
 

The impact on the local economy: land operator, museums, attractions, sightseeing, bars, restaurants, transport ...

We believe that through cruising we will attract other forms of tourism. Cruising is still perceived as a luxurious way of travel.

We believe that cruising will continue to grow and expand throughout Europe
- Are there any cooperation between the cruise terminal and other modes of transport (train, tram, bus, and plane) to provide packaging?
 

At this moment no co-operations where established in that sense.
- What are the main types of visits of passengers disembarking at your port (to another city tours, regional excursions, free visits ...)?
 

Classical tours in Antwerp, Brussels and Bruges
- What are the development strategies that you intend to put in place to increase your traffic of cruisers?
 

We strongly believe that product development is the way to generate traffic to Antwerp. Informing cruise lines on new possible shore excursions possibilities and thus generating more on board revenue will make your port appealing to both cruise lines and passengers.
- What could you implement to improve the attractiveness of your cruise terminal?

The cruise terminal is not the destination and we encourage passengers to stroll in the city centre. Here they will find in walking distance shops, banks, ... As mentioned previously, the Antwerp Cruise Terminal is located in the historical city centre. Passengers don't need any type of transfer to get to the city.

Improvements to the Antwerp Cruise Terminal are at this stage not a priority but we will always consider investments for the comfort of passenger and crew.

---

### **Annexe 5 : Réponses à l'entretien du port de Bremerhaven**

- In your opinion, why there was such a development of cruise industry over the last twenty years ?

Economic and political conditions in Western world were favourable to people (enough money available, peace). Land based tourism that also developed is always a step in front of maritime tourism, so this was a kind of normal consequence.

- In your opinion, what a tourist expects by choosing a cruise?

Very different according to different products/ships: interesting destinations and cultures ("destination is the destination"), entertainment on board ("ship is the destination"), comfort on board, good food and entertainment.

- How is the relationship between the different actors of the cruise (port authorities, cruise companies, supply companies, tourist office...)?

Good relationship between all parties involved, because everyone gets some profit out of it.

- Can we observe a competition between your port and nearby ports?

Yes, of course. Bremerhaven's main competitors are Hamburg and Amsterdam.

- What were the major investments, specific to the cruise, were achieved in your port?

Bremen invested about 25 million EUR to refurbish the Bremerhaven cruise terminal and to adapt it to modern cruise tourism in the years 2000 to 2003. (ISPS certified terminal since 2004 when ISPS came into action, i.e. 100% passenger and luggage control etc.)

- The cruise terminal is it multifunctional? If yes, what other functions he performs?

The terminal is multi-functional. It is rented for all kind of events (company gatherings, evening receptions, weddings, ship inauguration ceremonies). During off cruise season other ships (new builds, cargo) are handled at the terminal (eg. Disney Fantasy in 2012).

- What is the importance of the Cruise port in your city?

The importance within Bremerhaven is rather low in comparison to other economic fields (handling of containers, cars, off-shore power) and mainly limited to the season May to September, although efforts have been made to develop all year touristic attractions ([www.havenwelten.de](http://www.havenwelten.de)) including climate house, emigration museum and others.

- What is the main benefit that brings you the development of the cruise?

Diversification of customers.

- Are there any cooperation between the cruise terminal and other modes of transport (train, tram, bus, and plane) to provide packaging?

Cooperation yes, e.g. with bus companies, but no packages directly with CCCB (-> tour operators, agents).

- What are the main types of visits of passengers disembarking at your port (to another city tours, regional excursions, free visits ...)?

Bremerhaven has mainly turn-around calls (voyages ending/starting in Bremerhaven) and few transit calls. Visits are mainly made to Bremerhaven (German emigration museum, Climate House 8° East, Maritime zoo), Bremen (historic town / Unesco World Heritage, Becks beer brewery, Mercedes Benz production) and Hamburg.

- What are the development strategies that you intend to put in place to increase your traffic of cruisers?

Development strategies: strengthen cooperation with Bremerhaven tourism board, and take good care of relationship to cruise lines, charter companies and everybody else involved -> ensure good service quality.

- What could you implement to improve the attractiveness of your cruise terminal?

Bremerhaven's cruise terminal already is very attractive, one of the most modern in Europe ([www.cruiseport.de](http://www.cruiseport.de))



## Annexe 6 : Réponses à l'entretien du port de Ijmuiden

- In your opinion, why there was such a development of cruise industry over the last twenty years?

There are several reasons why the cruise industry had such impressive growth figures: Great value for money, New cruise concepts for a larger audience, and Development of new cruise itineraries and enriching existing itineraries

- In your opinion, what a tourist expects by choosing a cruise ?

A luxury holiday and visiting different cities

- How is the relationship between the different actors of the cruise (port authorities, cruise companies, supply companies, tourist office...)?

We work closely together in the promotion organisation Amsterdam Cruise Port ([www.amsterdamcruise.nl](http://www.amsterdamcruise.nl)) in order to attract more cruise operators to Amsterdam region.

- Can we observe a competition between your port and nearby ports?

Not really . Every port has it's own features

- What were the major investments, specific to the cruise, were achieved in your port?

On the 4th. of May 2012 we opened a new cruise terminal in the IJmond Harbour ,  
For more info, please visit [www.felisonterminal.com](http://www.felisonterminal.com). At the end of this document you will find the text of our pressrelease.

- The cruise terminal is it multifunctional? If yes, what other functions he performs?

The cruiseterminal was foremost constructed for handling of cruise passengers. We are considering to market the terminal in the winter season for corporate events

- What is the importance of the Cruise port in your city?

The economic impact for the region is calculated at € 20 milj. Euro

- What is the main benefit that brings you the development of the cruise ?

Additional turnover and profit

- Are there any cooperation between the cruise terminal and other modes of transport (train, tram, bus, and plane) to provide packaging?

Yes , with the operator of the Fast Flying Ferry to Amsterdam

- What are the main types of visits of passengers disembarking at your port (to another city tours, regional excursions, free visits ...)?

Turnaround passengers and excursion passengers.

- What are the development strategies that you intend to put in place to increase your traffic of cruisers?

Our marketing is purely aimed at the cruise line operators.

- What could you implement to improve the attractiveness of your cruise terminal?

As the terminal is brand new , all features have been included

## Annexe 7 : Réponses de l'entretien du port du Havre

- Comment se déroule les relations entre les différents acteurs de la croisière (Autorités portuaires, compagnies de croisières, entreprises d'approvisionnement, office de tourisme, excursionnistes, ...) ?

Il s'agit d'une convention entre le grand port maritime du Havre et l'office de tourisme mis en place depuis le mois de mars 2010. Cet accord est né d'une longue collaboration entre les 2 acteurs. Petit à petit, l'OT a accepté de plus en plus de missions concernant la croisière. Cette composition est un cas quasi unique en Europe et est considéré par le monde de la croisière comme un grand plus. C'est donc l'OT qui gère l'ensemble du terminal de croisière, y compris la sécurité. Il a alors fallu embaucher du personnel nouveau et qualifié pour répondre aux attentes. Le GMPH ne voit pas cet arrangement comme se débarrasser d'un secteur qui rapporte peu (à l'origine) car il appuie les actions de l'OT. Cependant, le terminal appartient à la ville (techniquement parlant). L'atout vient du fait que les compagnies de croisières n'ont plus qu'une porte d'entrée unique pour être en contact avec la gestion de la croisière au Havre.

- Observe-t-on une compétition entre votre port et les ports avoisinants ?

On observe un peu des deux avec le port de Rouen-Honfleur. Il s'agit cependant principalement de coopération car les deux sont membres de Cruise Europe, de l'Alliance Atlantique Francophone et ont une gestion commune du tourisme (gestion globale au niveau de la région normande). La compétition en se fait pas vraiment non plus car les deux ports ne visent pas forcément les mêmes secteurs du marché. Le port de Rouen est plus spécialisé dans le segment de luxe. Cependant le port du Havre ne ferme pas la porte à ce secteur (commence déjà à en accueillir), il doit juste plus se faire connaître auprès de ces armateurs.

- Quels ont été les principaux investissements spécifiques à la croisière qui ont été réalisés dans votre port ?

Les principaux investissements concerne les pôles d'accueil des passagers notamment via la réhabilitation dans une première phase en 2007 d'un des 2 hangars et la construction du terminal en deuxième phase en 2010. L'apparition de

plus en plus fréquente de doubles escales a contraint à l'achat d'un second scanner (double tête de ligne). Il apparait également des triples escales. Pour ce faire, des aménagements provisoires sont en train d'être mis en place (dans le cas de l'escale de trois grands bateaux, l'escale de 3 bateaux moyens étant déjà possible). Elles se mettent en place sur le quai Joannes Couvert : mise place des barrières pour la restriction d'accès dans le cadre des mesures de sécurité obligatoires, ...

- Le terminal de croisières est-il plurifonctionnel ? Si oui, quelles sont les autres fonctions qu'il occupe ?

Il l'est mais seulement ponctuellement et non de manière établie car il faut mettre en place une demande officielle auprès des autorités portuaires et de la ville à chaque fois. En effet, une convention a été mise en place entre le ville et le port quant à l'affectation des terrains mis à disposition. De plus, le bâtiment n'est pas chauffé et donc soumis aux contraintes climatiques.

- Quelles sont les principales retombées que vous apporte le développement de la croisière ?

(Cfr Etude de GP Wild pour ECC)

- Existe-t-il des coopérations entre le terminal de croisière et d'autres modes de transport (train, tram, bus, avion) afin de proposer des packagings ?

Au niveau de la région, les transports possibles sont via l'aéroport d'Octeville

**Annexe 8 : Grille d'analyse des réponses aux entretiens**

	<b>Le Havre</b>	<b>Antwerpen</b>	<b>Amsterdam</b>	<b>Ijmuiden</b>	<b>Bremerhaven</b>
<b>Mode de gestion de la croisière</b>	Autorité portuaire prête infrastructures à office tourisme : Convention entre l'autorité portuaire et la ville depuis mars 2010 mais c'est l'office du tourisme qui est l'exploitant du terminal croisière. Cette manière de faire permet d'offrir un interlocuteur unique aux compagnies.	ANTWERP CRUISE PORT = Autorité portuaire + ville d'Anvers. Cette association s'occupe de la promotion, du marketing, de la vente, ...	AMSTERDAM CRUISE PORT = Amports (promotion collective port et transports) + Autorité portuaire + Oram (promotion entreprises privées) + Office du tourisme + Chambre de commerce + gestionnaire terminaux + Municipalité + VCK (groupe de logistique)	Lié à Amsterdam pour la promotion et l'organisation	Société privée gestionnaire du port. Partenariat avec l'office du tourisme pour gestion du terminal croisière
<b>Attentes du touriste ?</b>	/	Itinéraires intéressants, Visites de différentes villes, Confort, Great value	Confort & Value for money	Luxe & Visites de différentes villes	Confort, activités à bord, & itinéraires intéressants
<b>Compétition portuaire ?</b>	Alliance au sein d'organisations mais un peu de compétitions sauf pour des plus petits navires	Non, plutôt alliance au sein d'organisations car attrait est d'une région et non d'un port particulier	Pas vraiment de compétition car travaille avec les autres ports de la région niveau logistique	Non, plutôt une coopération	Oui avec Hambourg et Amsterdam

## Annexe 9 : Fiche d'enquête de terrain

### *Facteurs importants pour les compagnies de lignes de croisières*

Diversité de l'offre des excursions à terres :

Présence d'agences et de tours opérateurs :  Oui  Non

Agent et/ou dispositif de sécurité :  Oui  Non

### *Facteurs importants pour l'attractivité de la ville*

Accès reliant le terminal au centre-ville

Navettes  Fréquence :

Pédestre  Distance :

Cycliste  Distance :

Infrastructures présentes dans le terminal

Téléphone

Toilettes

Point poste

Bancontact

Wifi

Stand infos

Consignes

Boutiques

Cafés

Restaurants

Autres :

Présence de transports en commun

Bus

Tram - Métro

Taxis

Navettes

Multifonctionnalité du terminal

## ***Niveau de service de l'accessibilité (Qualité et quantité des services)***

### Aérienne :

Distance :

Fréquence :

### Maritime :

Distance :

Fréquence :

### Ferroviaire :

Distance :

Fréquence :

### Routière :

Distance :

## ***Infrastructures techniques***

### Longueur du quai :

Quai 1 :

Quai 2 :

### Tirant d'eau

Quai 1 :

Quai 2 :

## ***Cartographie***

Légende utilisé dans la pré-cartographie :

Terminal croisière

Ligne ferroviaire (Train-Tram)

Grand axe routier

### Annexe 10 : Résultats terrain - le terminal

	Le Havre	Anvers	Rotterdam	Ijmuiden	Amsterdam	Hambourg	Bremerhaven
Agence / TO	0	0	0	0	0	0	0
Sécurité	1	1	1	1	1	1	1
Navettes CV	45 min	/	0	40 min	/	/	/
Distance CV	3 km	0,5 km	2 km	3,6 km	1 km	2,2 / 5,1 km	2,2 km
Pistes cyclables	0,5	1	1	1	1	0 / 1	1
Tel Public	1	0	0	0	1	1 / 0	0
Point Poste	0	0	0	0	0	0	0
Wifi	1	1	1	1	0	1 / 0	1
Consignes	0	0	0	0	1	0	0
Horeca	1	1	1	1	1	1	1
Toilettes	1	1	1	1	1	1	1
Mister Cash	0	0	0	0	0	0	1
Stand Infos	1	1	1	1	1	1	1
Boutiques	1	0	0	1	1	1 / 0	1
Bus	0	1	1	1	1	0 / 1	1
Taxis	1	1	1	1	1	1	1
Tram / Métro	0	0	1	0	1	1 / 0	0
Multifonctionnalité	0	0	0	0	1	0	0

	<b>Le Havre</b>	<b>Anvers</b>	<b>Rotterdam</b>	<b>Ijmuiden</b>	<b>Amsterdam</b>	<b>Hambourg</b>	<b>Bremerhaven</b>
<b>Longueur quai 1 / 2</b>	550m / 500m	265m	698m	350m	600m	330 - 295 / 326m	/
<b>Parking</b>	0	1	1	1	1	1	1
<b>Location vélo</b>	1	0	0	1	1	0	0
<b>Pont promenade</b>	0	1	1	1	1	0 / 1	1
<b>Salle attente</b>	0	1	1	1	1	0	0

**Annexe 11 : Accessibilité des terminaux de croisière**

	<b>Le Havre</b>	<b>Zeebrugge</b>	<b>Anvers</b>	<b>Rotterdam</b>	<b>Ijmuiden</b>	<b>Amsterdam</b>	<b>Bremerhaven</b>	<b>Hambourg</b>
<b>Distance Aéroport</b>	217 km	123 km	44,1 km	21 km	30,9 km	25,5 km	190 km	13,5 km
<b>Distance Gare Maritime</b>	0,85 km	4,8 km	3,3 km	33 km	3,3 km	28 km	2,2 km	1,9 km / 2,4 km
<b>Distance Gare Ferroviaire</b>	2,4 km	1,9 km	2,1 km	3,1 km	6,5 km	1 km	3 km	2 km
<b>Distance Autoroute</b>	9,6 km	2,3 km	2,2 km	5,3 km	6,8 km	4,3 km	4,2 km	3,4 km / 5,1 km



**Dans quelle ville se situait votre port d'embarquement ? \***

**Et votre port de débarquement ? \***

**De quelle manière avez-vous réservé votre croisière ? \***

Via un tour opérateur                      Via une agence de voyage

Pas moi-même                      Via internet

**Combien de temps avant la date du départ avez-vous réservé votre croisière ? \***

Plus de 6 mois auparavant                      Entre 3 et 6 mois auparavant

Entre 1 et 3 mois auparavant                      En dernière minute

Je ne sais pas

**Quel mode de transport avez vous utilisé pour vous rendre au port de départ de votre croisière ? \***

Avion                      Train

Bus, Tram ou Métro                      A pieds ou à vélo

Voiture

**Avec qui faites-vous cette croisière? \***

Seul                      En couple

Avec ma famille                      Avec des amis

**Quelles sont les motivations qui vous ont poussé à réserver cette croisière ? \*** (*Plusieurs réponses possibles*)

Les prix étaient intéressants

Les dates me correspondaient bien

Les infrastructures à bord et le bateau paraissaient attrayants

Les destinations étaient attractives. Si oui, lesquelles:

Autre :

**Pour quelles raisons avez-vous choisi de partir en croisière ? \***

(Plusieurs réponses

possibles)

Pour être libre de faire ce dont j'ai envie

Pour m'évader

Pour prendre soin de moi

Pour faire quelque chose de différent, de nouveau

Pour photographier des lieux à montrer à mes amis

Pour rencontrer des gens

Pour profiter d'une large gamme d'activités

Pour profiter du grand air

Pour visiter de nombreuses villes

Car ma famille/mes amis désiraient faire une croisière

Autre :

**Quelle importance accordez-vous à chacune des attentes suivantes ? \***

Très important      Important      Pas important

---

J'espère rencontrer des gens

J'espère que l'expérience sera enrichissante

J'espère pouvoir profiter d'une large  
gamme d'activités

J'espère m'amuser

J'espère pouvoir visiter de nombreux sites  
intéressants

J'espère me relaxer

Autres propositions :

**Quel intérêt portez-vous aux éléments usuels suivants ?** \* Tous les navires de croisière possèdent des caractéristiques communes, évaluez l'importance que vous accordez aux suivantes

	Très important	Important	Pas important
Propreté des cabines			
Taille des cabines			
Qualité des sanitaires			
Diversité de la nourriture			
Qualité de la nourriture			
Service dans les restaurants			
Confort des espaces communs			
Musique dans les espaces communs			
Animations			
Diversité de l'offre de magasins			
Prix des produits en magasins			
Services en magasins			
Propreté générale			
Service général			
Accueil des voyageurs			
Le fait que l'équipage parle ma propre langue			

**Quel intérêt portez-vous aux éléments particuliers suivants ?** \* Chaque navire de croisière possède des infrastructures et des services qui lui sont propres et le différencie d'un autre navire, évaluez l'importance que vous accordez aux suivants

	Très important	Important	Pas important
Casino			
Salle de jeux			
Piscines/Toboggans			
Mini-golf			
Discothèque			
Mur d'escalade			
Promenade sur le pont			
Bar / Lounges			
Centre de fitness / Salle de sports			
Spa			
Librairie			
Cinéma			
Salon de beauté			
Room services			
Centre d'affaires			
Salle informatique / Internet			
Lieux de culte			
Laverie			
Communication du Capitaine			
Spectacles et animations			

**Lors d'une escale, quelle activité choisissez-vous?** \* (Votre choix le plus fréquent)

Rester à bord

Partir via excursion vendue à bord

Partir en visite libre

Autre :

**Lors d'escale dans une ville portuaire, quel intérêt portez-vous aux éléments suivants ? \***

	Très important	Important	Peu important
Musées			
Monuments historiques			
Paysages			
Shopping			
Gastronomie			
Vie et Culture locale			
Visite des villes d'escales			
Autres propositions ?			

**Pour pouvoir embarquer et débarquer du bateau lors d'une escale, vous traversez le terminal de croisières. Qu'attendez-vous de celui-ci ? \*** (*Plusieurs réponses sont possibles*)

Un stand d'information	Des boutiques
Une borne téléphone / Internet	Des indications dans plusieurs langues
Un lieu propre et sécurisé	Un lieu à l'image de la ville
Un accueil chaleureux	La proximité avec le centre-ville
Différents modes de transports	Un restaurant
Autre :	

**Durant cette croisière, quel est l'élément qui vous a procuré le plus de satisfaction ? \***

**Et celui qui vous en a donné le moins ? \***

MERCI POUR VOTRE PARTICIPATION

### Annexe 13 : Résultats des sondages auprès des croisiéristes

%								
1. Genre	Homme	Femme						
	49,02	50,98						
2. Pays	Allemagne	Australie	Autriche	Brésil	Canada	Danemark		
	29,41	3,92	0,98	2,94	2,94	0,98		
	Mexique	Pays bas	Phillipines	Russie	Thaïlande	Suisse		
	2,94	1,96	3,92	0,98	0,98	0,98		
	Angleterre	Hong Kong	Irlande	Israël	Italie	USA		
	7,84	0,98	0,98	0,98	1,96	34,31		
	3. Age	15-20	21-30	31-40	41-50	51-60	>60	
		2,94	12,75	9,80	17,65	20,59	36,27	
	4. Statut	Célibataire	Marié	Divorcé	Veuf	Cohabitant		
		18,63	71,57	1,96	1,96	5,88		
	5. Enfants	0	1	2	3	4	5	6
		37,25	19,61	26,47	10,78	1,96	1,96	1,96
6. Education	Pas de BAC	BAC	BAC+3	BAC+5	BAC+8			
	7	24	34	20	15			
7. Revenu	pas de rep	0-10 000	10 000-25 000	25 000-70 000	> 70 000			
	32,35	8,82	11,76	21,57	25,49			
8. Cruised Before	Oui	Non						
	18,63	81,37						
9. Durée	< 3j	4-7j	8-15j	16-30j	>30j			
	0,00	30,69	54,46	7,92	6,93			
10.A. Embarquement	Amsterdam	Bremerhaven	Copenhague	Fort Lauderdale	Hambourg	Southampton	San Diego	
	1	3	32	1	36	26	1	
10.B. Débarquement	Amsterdam	Barcelone	Copenhague	Fort Lauderdale	Hambourg	Southampton	San Diego	Majorque
	3,06	4,08	1,02	8,16	19,39	14,29	2,04	47,96
11. Réservation	Tour opérateur	Agence	Internet	inconnu	A bord			
	12	44	36	5	3			

<b>12. Quand réservé</b>	<b>&gt;6 mois</b>	<b>3-6 mois</b>	<b>1-3 mois</b>	<b>&lt; 1 mois</b>	<b>inconnu</b>
	29	39	22	10	0
<b>13. Mode de transport</b>	<b>Avion</b>	<b>Bus, tram,</b>	<b>Train</b>	<b>Pieds, vélo</b>	<b>Voiture</b>
	52,34	8,41	14,95	0,93	23,36
<b>14. Avec qui</b>	<b>Seul</b>	<b>Couple</b>	<b>Famille</b>	<b>Amis</b>	
	8,91	34,65	40,59	15,84	
<b>15.Motivations</b>	<b>Prix</b>	<b>Dates</b>	<b>Infrastructures</b>	<b>Food</b>	<b>Destinations</b>
	25,38	11,54	10,00	1,54	51,54
<b>15.Quelles destinations</b>					

<b>15.O</b>					
<b>16.Raisons</b>	<b>Liberté</b>	<b>Evasion</b>	<b>Soin de moi</b>	<b>Différent</b>	<b>Photos</b>
	11,83	5,38	4,84	11,83	5,38
	<b>Grand air</b>	<b>Visites</b>	<b>Famille</b>	<b>Rencontres</b>	<b>Activités</b>
	2,69	33,33	5,38	8,60	10,75
<b>16.O</b>					
<b>17.Attentes</b>	<b>Pas important</b>	<b>Important</b>	<b>Très important</b>		
Rencontrer des gens	45,83	33,33	20,83		
Activités	10,42	47,92	41,67		
M'amuser	33,33	36,46	30,21		
Visiter de nombreux sites	6,25	32,29	61,46		
Me relaxer	2,08	14,58	83,33		
<b>17.O</b>	10,42	34,38	55,21		

20. Escale activités		A bord	Excursion	Libre
20.O		5,15	27,84	67,01
21.Escale		Pas important	Important	Très important
Musées		37,36	38,46	24,18
Monuments		13,19	40,66	46,15
paysages		15,38	46,15	38,46
shopping		41,76	36,26	21,98
gastronomie		35,16	39,56	25,27
vie et culture locale		6,59	35,16	58,24
visite villes		5,49	30,77	63,74
22.Terminal		Oui	Non	
Stand info		60,44	39,56	
internet, tel		29,67	70,33	
Resto		21,98	78,02	
Image de la ville		29,67	70,33	
mode de transport		47,25	52,75	
shops		31,87	68,13	
langues		28,57	71,43	
propre et sécurisé		34,07	65,93	
accueil		49,45	50,55	
proximité		38,46	61,54	

**Annexe 14 : Sondage sur les images de la croisière – Point de vue des non-croisiéristes**

<b>1. Genre ?</b>	Homme	Femme	
<b>2. Pays ?</b>			
<b>3. Age ?</b>	15-20 ans	21-30 ans	
	31-40 ans	41-50 ans	
	51-60 ans	plus de 60 ans	
<b>4. Quelle est votre situation maritale ?</b>			
	Célibataire	Marié	
	Divorcé	Veuf	
	En concubinage		
<b>5. Avez vous des enfants?</b>	Oui	Non	
	<b>Si oui, combien?</b>		
<b>6. Quel est votre niveau d'éducation ?</b>			
	Pas de Bac	Bac (général, pro, technicien, ...)	
	Bac +2 (DEUG, DEUST, ...)	Bac +3 (Licence)	
	Bac +5 (Maîtrise)	Post gradué (Troisième cycle)	
<b>7. Dans quelle tranche de revenu ANNUEL NET vous situez vous actuellement ?</b>			
	Entre 0 et 10 000 euros	Entre 10 000 et 25 000 euros	
	Entre 25 000 et 70 000 euros	Supérieur à 70 000 euros	
<b>8. Selon vous, la croisière est un mode de vacances :</b>			
	Ordinaire, classique	Original, différent	
	<b>Donnez un exemple de vacances ordinaires, classiques</b>		
	<b>Donnez un exemple de vacances originales, différentes</b>		
<b>9. Selon vous, quels termes associez-vous à la croisière ?</b>			
	Pas du tout d'accord	D'accord	Parfaitement d'accord
Rêve			
"La croisière s'amuse"			
Animations			
Visites de différents lieux			
Détente			
Gastronomie			
Découverte			

Pas du tout d'accord      D'accord      Parfaitement d'accord

Luxe

Insécurité

Hôtels flottants

Manque de liberté

Retraités

Cher

Nostalgie

Spa / Bien-être

Romantique

**Autres propositions?** Si les réponses précédentes ne convenaient pas à l'image que vous associez à la croisière, veuillez indiquer ci-dessous vos propositions

**10. Classez les facteurs suivants selon l'importance que vous leur accordez** Classez selon l'échelle suivante: de pas important à très important (de 1 à 5 )

1                      2                      3                      4                      5

Rêve

"La croisière s'amuse"

Animations

Visites de différents lieux

Détente

Gastronomie

Découverte

Luxe

Insécurité

Hôtels flottants

Manque de liberté

Retraités

Cher

Nostalgie

Spa / Bien-être

Romantique

**11. Dans le cadre d'une croisière, considérez vous les facteurs suivants comme :**

	Positif	Négatif	Ni l'un, ni l'autre
Rêve			
"La croisière s'amuse"			
Animations			
Visites de plusieurs lieux			
Détente			
Gastronomie			
Découverte			
Luxe			
Insécurité			
Hôtels flottants			
Manque de liberté			
Retraités			
Cher			
Nostalgie			
Spa / Bien-être			
Romantique			

**12. Selon vous que permet la croisière?** Que pourrait vous apporter la réalisation d'une croisière?

**13. Comment vous êtes vous formé une opinion sur la croisière ?**

**Avez vous des remarques à formuler ?**

## Annexe 15 : Résultats du sondage non-croisiéristes

1.Genre	Homme		Femme									
	31,74	68,26										
2. Pays ?	Allemagne		Belgique		Canada		France		Grèce		Tahiti	
	0,43	73,48	0,43	24,78	0,43	24,78	0,43	24,78	0,43	24,78	0,43	0,43
3.Age	15-20		21-30		31-40		41-50		51-60		>60	
	4,35	58,26	10,87	16,09	6,96	3,48						
<b>10.</b>	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>			
[Rêve]	49,57	7,83	16,30	0,43	28,26	29,13						
["La croisière s'amuse"]	40,43	24,78	17,83	10,87	6,09							
[Animations]	17,39	25,65	30,87	16,52	9,57							
[Visites de différents lieux]	3,91	3,91	1,30	24,35	12,61	59,57						
[Détente]	3,04	3,04	3,04	14,78	36,09	41,30						
[Gastronomie]	10 000-25 000	25 000 -70 000	2,61	32,61	30,43	16,96						
[Découverte]	34,78	4,35	2,81	2,61	1,74	25,65	55,65					
[Luxe]	13,91	22,17	34,35	16,96	12,61							
[Insécurité]	36,96	15,65	21,30	6,96	19,13							
[Hôtels flottants]	27,83	18,57	24,35	14,78	13,48							
[Manque de liberté]	18,26	18,52	20,00	17,39	27,83							
[Retraités]	28,26	18,70	26,96	15,22	10,87							
[Cher]	9,13	6,96	10,43	23,48	22,17	36,96						
[Nostalgie]	44,78	22,17	22,17	5,65	5,22							
[Spa / Bien-être]	11,74	10,57	35,22	22,17	11,30							
[Romantique]	12,64	15,22	32,17	22,17	17,83							
<b>11.</b>	<b>-1,00</b>		<b>0,00</b>		<b>1,00</b>							
[Animations]	18,26	26,09	55,65									
[Romantique]	3,91	33,91	62,17									
[Spa / Bien-être]	3,91	22,61	73,48									
["La croisière s'amuse"]	30,87	41,74	27,39									
[Cher]	83,48	12,17	4,35									
[Découverte]	0,87	14,78	96,52									
[Détente]	0,43	3,91	95,65									
[Gastronomie]	3,04	19,13	77,83									
[Hôtels flottants]	39,13	37,83	23,04									
[Insécurité]	76,52	16,96	6,52									
[Luxe]	19,57	36,09	44,35									
[Manque de liberté]	79,57	15,22	5,22									
[Nostalgie]	25,65	63,04	11,30									
[Retraités]	51,74	43,48	4,78									
[Rêve]	0,87	13,91	85,22									
[Visites de plusieurs lieux]	1,30	3,04	95,65									

8. Donnez un exemple de vacances ordinaires, classiques	<b>Mer</b>	<b>Montagne</b>	<b>Camping</b>	<b>Séjour Tour Op</b>	<b>City Trip</b>	<b>Road Trip</b>
	31,42	3,07	18,39	3,07	2,30	4,60
	<b>Croisière</b>	<b>Location</b>	<b>Hôtel All Inn au soleil</b>			
	0,77	10,34	26,05			
8. Donnez un exemple de vacances originales, différentes	<b>Trek (pied, velo,...Loin, à l'étranger</b>	<b>Aventure</b>	<b>Safari</b>	<b>à thème</b>	<b>en bateau</b>	
	23,51	28,57	9,52	5,95	1,19	1,49
	<b>croisière</b>	<b>Camping (insolite)chez l'habitant</b>	<b>Circuit</b>	<b>city trip</b>	<b>club</b>	
	4,76	3,87	2,08	5,95	2,68	0,60
	<b>couch surfing</b>	<b>responsable</b>	<b>seul</b>	<b>tour du monde</b>	<b>espace</b>	<b>échangisme</b>
	1,19	2,38	4,46	0,60	0,60	0,60
12. Selon vous que permet la croisière?	<b>Découvertes (diff</b>	<b>Dépaysement (s'oc</b>	<b>Emprisonnement</b>	<b>Nouvelle expérience</b>		
	35,23	25,84	5,03	14,77		
	<b>Rencontres</b>	<b>Luxe</b>	<b>Vie maritime</b>			
	2,35	3,36	13,42			
13. Comment vous êtes vous formé une opinion sur la croisière ?	<b>Films</b>	<b>Amis</b>	<b>Reportage</b>	<b>Pub</b>	<b>Préjugés</b>	
	8,67	25,70	27,86	19,20	18,58	