

**UNIVERSITE DE PARIS 1 - PANTHEON SORBONNE**

**INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES SUPERIEURES DU  
TOURISME**

*"L'ACTIVITE DE CROISIERE A BORDEAUX : ETAT DES  
LIEUX, EFFETS INDUITS, DEVELOPPEMENT ET  
PERSPECTIVES. "*

Mémoire professionnel présenté pour l'obtention du

**Diplôme de Paris 1 - Panthéon Sorbonne**

MASTER PROFESSIONNEL "TOURISME" (2ème année)

**Spécialité Développement et Aménagement Touristique des Territoires**

Par M. DE DAVYDOFF NICOLAS.

JURY

Président : .....  
Suffragant (s) : .....  
: .....

**Session de Septembre 2006**

## TABLE DES MATIERES :

<b>Introduction</b>	4
Réflexion générale	4
Précisions sémantiques	6
Cadres géographiques	7
<b>Partie une : les marchés de la croisière en forte évolution</b>	10
A] Panorama du marché à l'international	11
1) Des influences nord américaines	11
2) Une situation de forte croissance	13
3) Evolution des clientèles et évolution des produits	16
B] La croisière en Europe	18
1) Des potentialités	18
2) Les coopérations portuaires	20
C] Le contexte national	22
1) Remarques générales	22
2) Les principaux facteurs de différenciation des escales	24
3) Les zones d'exploitation françaises des escales	27
a. La méditerranée : le cœur du marché	27
b. La côte atlantique en essor	28
c. La Normandie très présente	29
4) Une promotion commune au SeaTrade de Miami	31
D] Bordeaux et son actualité	33
1) Une ville mise en tourisme	33
2) Une vie portuaire qui doit se maintenir	39
<b>Partie seconde : Analyse de la nature « transverse » de l'offre</b>	44
A] Envisager globalement l'escale	45
1) Une escale fluviale	47
2) Bordeaux : « a port of call »	50

3) Estimations des retombées économiques des escales	53
B] Le principal moteur de développement territorial touristique engendré par la croisière : les excursions	55
1) La notion d'excursion	55
2) Structure de l'offre en excursions à Bordeaux	56
3) Tourisme œnologique : des bases solides	57
4) Se déplacer	60
5) Se restaurer	62
6) Perspectives	62
C] Le Shopping	63
D] Tourismes urbains	67
E] Enquête passagers du Seven Seas Navigator - 10/06/2006	69
1) Méthodologie, remarques générales	69
2) Synthèse, résumé des réponses	70
3) Conclusions	72
<b>Conclusion</b>	74
Des contradictions, des contraintes	75
1) La place de la Bourse	77
2) Le Pont urbain Lucien Faure	79
3) Autres facteurs limitants	81
Des opportunités	82
Des enjeux liés à l'image de la ville	83
Conclusions - bilan	84
<b>Annexes</b>	86
Table des annexes	87
<b>Table des figures</b>	105
<b>Bibliographie</b>	107

## INTRODUCTION :

### REFLEXION GENERALE INTRODUCTIVE A L'OBJET DE L'ETUDE :

La filière « croisières » est souvent perçue comme une activité touristique à part : elle présente de fait bien des traits spécifiques.

La croisière est, en termes touristiques, une entité plurielle. Cette filière constitue, comme de nombreux autres secteurs d'activité touristique, un marché économique très complexe. D'une part parce que l'offre actuelle est elle-même éminemment diversifiée, puisqu'elle englobe armateurs et compagnies, destinations et escales, ainsi que des niveaux de gamme fortement évolutifs et n'ayant cessé de se démultiplier<sup>1</sup>. D'autre part parce que, en termes de marketing, la croisière demeure un produit touristique dont la distribution peut s'effectuer de façon « classique ».

Cette dualité « *marché/produit* » fonde une partie de la spécificité de la filière.

De plus, quelque soit l'angle économique choisi pour appréhender l'activité de croisière, il est de plus en plus difficile de se détacher d'un degré de réflexion *globale* la concernant (puisque les navires de croisière circulent sur un nombre grandissant d'océans et de mers -les croisières fluviales intéressent moins le sujet traité- et que, par sa nature et ses modalités de fonctionnement, la croisière est un marché international).

En fait, il faudrait pouvoir considérer l'existence de *marchés* de la croisière tant les produits proposés sont diversifiés :

- les croisières dites polaires qui supportent un « tourisme polaire » n'ont de commun avec des croisières dans les Caraïbes que le « support » de l'activité : le navire et ce qu'il suppose en termes de contraintes techniques et de rythme de séjour<sup>2</sup> (escales d'avitaillement, affrètement,...). D'autres exemples plus nuancés pourraient être cités, notamment dans le cas des croisières dites « culturelles » qui regroupent à travers le monde des itinéraires et des escales fortement différenciés.

---

<sup>1</sup> Des gammes « luxe » et « grand luxe » à l'émergence des croisières Easy Cruise™, ce point sera détaillé plus tard.

<sup>2</sup> Ce qui ne signifie pas en revanche que les clientèles s'excluent rigoureusement et définitivement l'une l'autre.

- Les motivations des passagers sont également très variables, et ce d'autant plus qu'une seule et même croisière allie (mais nous verrons que cela est plus complexe) trois produits généralement distinguables : le produit « obligé » (restauration et hébergement), le produit « désiré » (ici, la croisière en elle-même) et le produit « découverte » (par exemple les excursions réalisées lors des escales).  
Cependant, un client peut baser sa décision d'achat sur une motivation unique (par exemple la relaxation, la détente).
- Chaque zone géographique concernée par la croisière représente en soi un marché lui-même « divisible » (le marché de la croisière en Europe, le marché de la croisière en Méditerranée), l'échelon national étant plus pertinent à envisager en ce qui concerne la demande.

Si la croisière est rarement envisagée hors de ses zones « classiques » d'exploitation, il est également peu courant de considérer cette activité comme un outil de développement territorial important, et ce même dans des ports touristiques reconnus tel celui de Venise. La brièveté des escales réalisées ainsi que, en saison, un phénomène de rotation et d'escales accélérées dans certains ports empêcheraient une certaine lisibilité sur l'apport (sur le long terme) des escales à l'échelle d'un port comme à celle de son « *hinterland touristique* ».

Jean-Paul Pagès<sup>3</sup> émet certaines réserves quant à l'usage et à la signification des données quantitatives dans l'analyse des impacts économiques liés à l'activité croisière dans un port d'escale, notamment à propos des dépenses effectuées à terre par les passagers ; l'une de nos hypothèses de travail serait de prendre plus en considération les apports immatériels provoqués par les haltes des navires de croisière, en particulier autour du thème de l'image touristique de l'escale. En France, nombre de ports (atlantiques comme méditerranéens) qui ont subi les effets d'une baisse constante de leur activité pourraient bénéficier d'un regain de dynamisme qui ne serait pas nécessairement de type commercial ou industriel.

Les compagnies de croisière ont une connaissance de plus en plus fine de leurs clientèles et les instances locales concernées par les escales s'attachent à recueillir le plus grand nombre d'informations possible sur cette catégorie spécifique de touristes. Il n'en demeure pas moins

---

<sup>3</sup> Article « Les croisières maritimes, une manne pour les ports français ? » in Cahier Espaces n°56 : « Croisières maritimes et fluviales », 1998.

que les comportements touristiques des passagers<sup>4</sup> sont très difficiles à appréhender dans le détail, ce qui aurait tendance à rendre un peu plus « opaque » l'intérêt économique des escales et ce surtout par rapport aux populations résidentes des ports<sup>5</sup>.

#### PRECISIONS SEMANTIQUES :

Le concept « d'escale » (citation dictionnaire du Web) :

*« escale : nom féminin (italien far scala, faire escale, du latin scala, échelle, parce qu'on descendait à terre à l'aide d'une échelle).*

*En parlant d'un navire ou d'un avion, action de se ravitailler quelque part, d'y faire des opérations commerciales, d'y débarquer ou d'embarquer du fret ou des passagers.*

*- Point d'arrêt ou de relâche d'un navire ou d'un avion -- Les escales d'une ligne aérienne.*

*- Temps d'arrêt passé dans cet endroit -- Avoir cinq heures d'escale.*

*- **Faire escale quelque part:** s'y arrêter au cours d'un voyage par mer ou par air. »*

Comme on peut le constater, « l'escale » de croisière ne correspond réellement à aucune de ces définitions (même si elle se rattache effectivement à cette notion de « temps d'arrêt » évoquée ci-dessus). Il s'agit en effet d'une notion géographique assez floue. Si notre principal cadre d'étude repose sur Bordeaux, il nous faut néanmoins préciser que « l'escale Bordeaux » ne se limite certainement pas au seul port de l'agglomération girondine. L'escale englobe l'ensemble des espaces susceptibles de supporter les pratiques touristiques des passagers *lors* de la halte.

Cet espace peut en vérité être assez vaste : auprès de certains opérateurs, l'escale Rouen se nomme « Rouen-Paris »... Cette appellation n'est pas neutre dans la mesure où, même si celle-ci repose sur un choix promotionnel et même si l'ensemble des passagers ne visite pas Paris lors d'une escale à Rouen, cela traduit une dimension géographique particulière propre à « l'escale ». Quelque soit le port d'accueil, les excursions proposées élargissent le territoire de

---

<sup>4</sup> Qui eux-mêmes ont considérablement évolué en l'espace de dix ans.

<sup>5</sup> Même si les commerçants et les acteurs et professionnels du tourisme local perçoivent sûrement bien cet intérêt (quitte à ce que ce dernier soit parfois montré, par le biais de chiffres et de moyennes de consommation, de façon exagérée).

la halte : à Cognac ou à Rochefort à partir de La Rochelle, à Caen à partir de Honfleur, à Lourdes à partir de Bordeaux,...

Il est nécessaire de bien prendre en compte ces éléments -qui peuvent toutefois paraître évidents- pour arriver à cerner les effets induits de l'activité : dans notre propos, l'expression « escale de Bordeaux » ne désignera pas uniquement la ville mais également l'ensemble de l'estuaire de la Gironde, les espaces vinicoles qui le bordent, le Médoc, le Sauternes, le Libournais,...

Touriste et croisiériste :

Nous précisons ici que nous emploierons le terme de « croisiériste » pour désigner les passagers embarquant sur les navires de croisières et non pour évoquer les entreprises de croisières. Nous distinguerons également dans le texte le « croisiériste » du « touriste ».

#### CADRES GEOGRAPHIQUES :

Bordeaux est longtemps apparue comme l'une des villes de la Côte Atlantique la plus volontaire pour accueillir des navires de croisières et comme la seconde escale la plus importante sur cette façade maritime, avec une moyenne de plus d'une vingtaine d'escales annuelles.

La ville présente un cas complexe : sa situation géographique en fond d'estuaire, ses nombreux points d'accostage (Le Verdon, Bassens et les quais de Bordeaux), son contexte urbain (réaménagement de la ville et nouveaux équipements), la richesse des excursions dont elle est le point de départ (les nombreux vignobles et châteaux à visiter) constituent les principales particularités de ce port d'escale qui s'apparente également de plus en plus à une ville touristique.

Les façades Atlantique et Manche ne représentent pas actuellement une réelle *destination de croisière*<sup>6</sup>. Pourtant de nombreux ports français (Bayonne/Saint-Jean-de-Luz, Bordeaux, Nantes, Saint-Malo, Honfleur, Rouen,...) ont chacun des atouts à faire valoir dans ce secteur touristique. Le développement de l'activité dans un contexte de forte croissance

---

<sup>6</sup> Entendre par « destination de croisière » un ensemble cohérent et structuré d'escales programmables et intégrées dans un (des) itinéraire(s) ou circuit(s).

internationale, avec notamment l'émergence rapide d'un marché européen à « conquérir », peut se réaliser à plusieurs niveaux pour ces ports, y compris par le biais de coopérations.

A ce titre, il convient de rappeler l'effort de promotion de la capitale girondine dans cette optique fédératrice des principaux ports français atlantiques à travers la constitution des structures « *Bordeaux, Escale de Croisière* » et « *Port of call* ».

L'un des principaux objectifs de cette étude est de cerner les effets induits de l'activité de croisière à l'échelle d'un port d'escale, de démontrer la nature transverse de ce secteur d'activité touristique.

Il s'agira notamment de décrire, dans le cas bordelais, l'importance du shopping et des excursions, éléments-clé dans la structure de l'offre de l'escale et qui, de plus en plus, visent à en définir la nature.

Le concept touristique *d'escale* a de fortes implications en termes d'équipements et d'infrastructures : l'un des enjeux de cette étude serait donc de comprendre les critères de sélection des escales par les armateurs et opérateurs de croisière ainsi que les motifs et modalités de relations entre ces derniers et les instances décisionnelles locales (dans le cas de Bordeaux, le Port Autonome, la Communauté Urbaine, la municipalité et les structures de promotion citées ci-dessus).

Si de nombreuses informations semblent disponibles sur ce thème, il n'en reste pas moins que les études concernant ce sujet nécessiteraient une actualisation<sup>7</sup>.

Nous nous attacherons en premier lieu à décrire et à penser l'activité dans une optique globale : il serait délicat de procéder à un état des lieux du développement de la croisière à Bordeaux sans auparavant se rapporter à des données contextuelles concernant à la fois les différents marchés de l'activité et le cadre géographique envisagé. « L'escale Bordeaux » présente en effet un développement (touristique et urbain) qui constitue une somme de contraintes et d'atouts pour le développement de la croisière maritime dans la région et qui doit être ici questionné.

---

<sup>7</sup> Se reporter au *Cahier Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales*, publié en 1998.

Cette problématique préliminaire permettra par la suite d'aborder ce qui crée concrètement « l'escale » : quelle est la nature de cette dernière ? Comment s'est progressivement constituée son offre et sur quelles bases ? Comment définir un positionnement et des moyens de promotion en tant que port d'escale ?

Car ce qui intéresse particulièrement cette étude repose sur la nature même de l'activité de croisière : comment sa transversalité s'exprime-t-elle à l'échelle d'une escale ? Surtout, comment cet aspect transverse peut-il permettre le développement d'un territoire ?

A ce questionnement général il est possible d'apporter des éléments de réponse concrets, notamment en procédant à l'analyse des différentes figures qu'est susceptible d'adopter l'offre d'une escale : shopping, excursions, tourisme vinicole et viticole, tourisme urbain en sont des exemples. Cependant, l'ensemble de ces activités et pratiques sont supportées (ou contrariées) par des aménagements (des quais, de la ville, de transport) qui ont des impacts importants sur l'avenir de la croisière à Bordeaux.

Questionner une forme de développement touristique suppose de pouvoir établir certains scénarios prospectifs, il s'agira donc enfin de pouvoir, à partir de l'état des lieux réalisé<sup>8</sup> mais aussi sur la base des réponses des acteurs concernés interrogés<sup>9</sup>, de mettre en perspective et d'interroger le devenir touristique maritime de Bordeaux et de sa région.

---

<sup>8</sup> Indication méthodologique : cet état des lieux a été constitué à partir de données et d'informations recueillies au fil des recherches basées sur les hypothèses de travail préalablement définies. Elles sont de différents types (ouvrages et revues, documents Internet, travaux universitaires,...) et sont répertoriées en fin de mémoire (cf. Bibliographie).

<sup>9</sup> Indication méthodologique : des entretiens ont été réalisés auprès de professionnels du tourisme à Bordeaux. Une enquête qualitative a été menée auprès de passagers en escale dans la ville. (cf. enquête - passagers du Seven Seas Navigator™. Le 10 juin 2006).

# **PARTIE UNE :**

## **LES MARCHES DE LA CROISIERE EN FORTE EVOLUTION**

## A] PANORAMA DU MARCHE A L'INTERNATIONAL :

Nous avons indiqué en introduction la nécessité de concevoir l'activité de la croisière en tant que filière globale, l'ensemble des escales, des circuits, des compagnies de croisière, des armateurs, des chantiers navals concernés par la filière étant intégrés dans un système économique amplement internationalisé.

### 1) DES INFLUENCES NORD AMERICAINES :

Néanmoins, la croisière intéresse bien plus certaines régions du monde que d'autres : l'Amérique du Nord concentre les parts les plus importantes tant en matière d'offres que de demandes (nombre de passagers embarqués). L'industrie de la croisière aux Etats-Unis représentait un marché d'environ 30 milliards de dollars en 2004 selon le rapport officiel de la CLIA (Cruise Lines International Association)<sup>10</sup>. A l'offre américaine (Caraïbes et Bahamas essentiellement mais également le golfe de Floride, la riviéra mexicaine, le Nord-Est Atlantique) répond une demande évolutive et en croissance constante (+ 10,3% de 2003 à 2004) même si la demande européenne, comme nous le verrons plus loin, croît actuellement à des rythmes supérieurs. La demande américaine représentait en 2004 77% de la demande globale mondiale (qui s'élevait en 2004 à 10,85 millions de passagers), avec 8,1 millions de passagers.

---

<sup>10</sup> Cette structure sur le point s'opérer une fusion avec l'ICCL (International Council of Cruise Lines) regroupe les principales compagnies présentes sur le marché américain et diffuse régulièrement des rapports sur l'évolution de l'offre Nord-américaine.

						CROISSANCE MOYENNE ANNUELLE			
	2000	2001	2002	2003	2004	2001	2002	2003	2004
Capacités									
Nombre de navires	163	167	176	184	192	2,5%	5,4%	4,5%	4,3%
Nombre de lits-bas	165.381	173.846	196.694	215.405	240.401	5,1%	13,1%	9,5%	11,6%
Nombre de nuitées offertes (millions)	57,88	60,85	61	63,38	70,6	5,1%	0,3%	3,9%	11,4%
Nombre de passagers (millions)	8	8,4	9,22	9,83	10,85	5,0%	9,8%	6,6%	10,3%
Nombre de nuitées (millions)	52	53,73	61,47	66,17	73,88	3,4%	14,3%	7,6%	11,7%
Taux d'occupation	89,8%	88,4%	100,8%	104,4%	104,7%				
Recettes brutes (milliards de dollars):	13,49	13,83	14,28	14,73	16,85	2,5%	3,3%	3,2%	14,4%
Passagers	1,686	1,646	1,549	1,498	1,553	-2,4%	-5,9%	-3,2%	3,6%
Nuitées à bord	259	257	232	223	228	-0,9%	-9,7%	-4,2%	3,4%

*Tableau n°1 : Le marché nord américain de la croisière. Source : Business Research and economic advisors and Cruise Lines International Association.*

Ce constat procède d'une évolution relativement récente puisque les débuts de l'activité telle qu'on la connaît à l'heure actuelle ont eu lieu dans les Caraïbes, il y a une trentaine d'années, avec pour premières clientèles des citoyens américains. L'extension de l'activité s'est produite avec une mobilité toujours accrue des navires, avec l'augmentation de leur nombre mais également avec un intérêt grandissant pour ce secteur d'activité en Europe et dans d'autres régions du monde. Comme le souligne Manuel Butler<sup>11</sup> « [...] on assiste actuellement à une mondialisation de l'expérience nord américaine des croisières ».

Le marché mondial de la croisière possède donc une centralité américaine : la demande, l'offre, les opérateurs, les principales compagnies sont à l'heure actuelle majoritairement nord américains.

<sup>11</sup> « L'activité de croisière dans le monde ». Manuel Butler. Publication de l'Organisation Mondiale du Tourisme, 2003.

						CROISSANCE MOYENNE ANNUELLE			
	2000	2001	2002	2003	2004	2001	2002	2003	2004
Nombre d'embarquements de nationalité américaine (Millions)	5,31	5,90	6,50	7,11	8,10	11,10%	10,20%	9,40%	13,90%
<b>Impacts Economiques Directs</b>									
Dépenses Passagers et Compagnies de croisières (milliards de dollars)	10.30	10.98	11.95	12.92	14.70	6.6%	8.8%	8.1%	13.8%
Emplois	95,592	101,636	109,553	117,353	135,197	6.3%	7.8%	7.1%	15.2%
Traitements et salaires (milliards de dollars)	2.87	3.50	3.92	4.29	4.80	22.0%	11.9%	9.6%	11.9%
Impacts Economiques globaux									
Rendement total (milliards de dollars)	16.64	18.60	20.40	25.44	30.06	11.8%	9.7%	24.7%	18.2%
Emplois	257,07	267,76	279,11	295,08	315,83	4.2%	4.2%	5.7%	7.0%
Traitements et salaires (milliards de dollars)	8.72	9.72	10.66	11.62	12.42	11.5%	9.7%	9.0%	6.9%

Tableau n° 2 : les impacts économiques et la valeur ajoutée de la croisière sur le continent nord américain. Source : Business Research and economic advisors and Cruise Lines International Association.

	Amérique du Nord (1)	Europe (2)	Reste du monde (2)	Total (3)
Nombre de passagers (millions)	9,8	2,8	0,8	13,4
Recettes générées totales (milliards de dollars)	30	10,5	2,5	43
Dépenses directes (milliards de dollars)	14,7	5,2	1,5	21,4
Emplois créés	316000	110000	44000	460000

Tableau n°3 : Répartition des marchés de la croisière dans le monde. Sources : (1) : ICCL 2004 economic summary, (2) : estimations réalisées à partir de l' ICCL 2004 economic summary, (3) : estimations.

## 2) UNE SITUATION DE FORTE CROISSANCE :

Cependant, le marché prend une amplitude telle que les régions concernées par la filière se font toujours plus nombreuses : c'est notamment le cas en Europe dont le potentiel (aussi bien en termes d'offre que de demande) est évident pour de nombreux observateurs. Cela s'explique en partie par le fait que, depuis le 11 septembre 2001, l'élargissement et la diffusion des zones d'exploitation se traduisent par une baisse des risques commerciaux encourus par les armateurs.

Par ailleurs, globalement, le marché présente une santé impressionnante : Jean-François Gourdon écrit dans un article au titre évocateur (« *Mieux serait insupportable* » article du jeudi 27 octobre 2005 paru dans « Tourmag »<sup>12</sup>) : « *Bénéfices records en dépit d'une hausse importante du pétrole, taux de remplissage supérieur à 100%<sup>13</sup>, la croisière poursuit son développement spectaculaire* ».

Plusieurs indicateurs sont utilisables pour démontrer la croissance du secteur :

- le nombre de passagers à mettre directement en relation avec
- les résultats des compagnies, mais également,
- le nombre de commandes de navires.
- L'équilibre entre offre et demande est particulièrement délicat à définir dans ce secteur, et ce pour deux raisons :
  1. Comme le rappelle Georges Azouze<sup>14</sup> : « *Aux Etats-Unis, c'est l'offre qui a crée le marché* ». Le modèle américain s'étant étendu en Europe, cette modalité de fonctionnement y est constatable.
  2. Il faut donc en théorie que la demande puisse en quelque sorte « absorber » les navires récemment mis en circulation pour que les compagnies produisent des résultats et confortent leur position commerciale.

Or, de fait, les compagnies ne cessent de faire appel aux chantiers navals, l'exemple de la coopération entre les chantiers navals Fincantieri<sup>TM</sup> et le groupe Carnival Cruise Line<sup>TM</sup> en est révélateur<sup>15</sup> : « *le chantier Fincantieri termine l'année avec un carnet de commandes de dix navires de croisières, tous pour le groupe Carnival, représentant 60% du carnet de commandes mondial [...]* »...

Cette multiplication des commandes a ainsi profité relativement récemment aux Chantiers de l'Atlantique.

---

<sup>12</sup> Se reporter à l'adresse du site suivant : [http://www.tourmag.com/Croisiere-mieux-serait-insupportable\\_a9906.html](http://www.tourmag.com/Croisiere-mieux-serait-insupportable_a9906.html)

<sup>13</sup> « chiffre supérieur à 100% compte tenu de la comptabilisation uniquement des lits bas, alors que plusieurs cabines sont équipées de lits additionnels pour les familles ».

<sup>14</sup> Président-Directeur Général de Costa Croisières France<sup>TM</sup>, auteur de l'article « la croisière se démocratise, l'exemple de Costa Croisières » paru en novembre 2003 dans le Cahier Espaces n°79 « Stratégies de petits prix ».

<sup>15</sup> Article « Le marché de la croisière en 2004 », par Barry Rogliano Salles.

	EUROPE
Construction de paquebots, moyenne des investissements par en milliards USD	4,2
Emplois générés par ces constructions	107.000
Nouveaux investissements au 23.11.05 (milliards de USD)	12,3
Nouvelles commandes de paquebots	23
Capacité moyenne (lits-bas)	2.700

*Tableau n° 4 : Impacts économiques des commandes de paquebots en Europe. Sources : Costa Croisières (G. Azouze), GP Wild (International) Limited ; Fincantieri.*

Le rapport entre les commandes de paquebots et l'efficacité des compagnies est également perceptible sous l'angle de ce que nous pourrions appeler « l'effet taille ». Georges Azouze explique que plus la taille des navires et celle des groupes qu'ils représentent est considérable, plus il est possible « *de faire des économies d'échelle et d'abaisser [...] les coûts d'exploitation* » (op.cit. Cf. note 5). Cette tendance permet également de comprendre comment les compagnies (Costa Croisières™ n'est pas le seul groupe à avoir appliqué cette stratégie) ont bénéficié de ces économies d'échelle pour proposer des tarifs substantiellement plus bas que dans la décennie précédente (ce qui explique en partie les taux records d'occupation constatés récemment ainsi que l'élargissement progressif du marché) mais aussi pour arriver progressivement à compenser des coûts énergétiques très contraignants pour l'activité. Des stratégies de contrôle général des coûts ont notamment réussi à limiter les frais liés au coût du fioul, qui représenterait à l'heure actuelle 6,6% des charges d'exploitation. En 2005, les hausses répétées du prix du carburant (jusqu'à 47% en cumulé) avaient fait gonfler le prix de croisières de 6,4%<sup>16</sup>.

Selon Jean-Claude Helary<sup>17</sup> la tendance du marché à la concentration des groupes a pour cause majeure le fait que « *la croisière [soit] une industrie lourde en termes d'investissements (de l'ordre de 300 à 400 millions d'euros pour la construction d'un paquebot de 2 000/2 500 passagers), de marketing, de publicité et d'opération* ». Les groupes leaders du marché sont aujourd'hui :

<sup>16</sup> Source : J-F Gourdon, op.cit. Cf. note 3.

<sup>17</sup> Ancien président de Croisimer : cité dans un compte-rendu de l'Afest « la Croisière à l'aube du 21<sup>ème</sup> siècle » mis en ligne en février 2002. Se reporter au site Internet : <http://www.afest.org/article111.html>

- Carnival™, qui englobe Carnival Cruise Lines, Holland America, Costa Crociere, Cunard et Windstar ;
- RCCL™ regroupe RCI et Celebrity ;
- POPC™ avec Princess, Aida Cruises, P&O Cruises, P&O Holidays, Swan Hellenic et enfin :
- Star Group (Star Cruises, Norwegian Cruise Line, Orient Lines).

Ces “Big Four” représentent approximativement 90% du marché. Les 10% qui restent sont partagés entre « *une soixantaine d’armateurs, disposant chacun entre 1 et 6 navires* »<sup>18</sup>.

Si le nombre de croisières vendues est passé de 300.000 en 1970 à 18 millions en 2005 (cf. note 9), le marché de la croisière n’a pas connu pour autant une croissance exempte de tout obstacle : les attentats du 11 septembre 2001 ont eu des répercussions assez importantes pour qu’elles soient mentionnées ici. D’une part, les compagnies « Renaissance Cruise »<sup>19</sup> et « American Classic Voyages » ont fait faillite alors qu’elles étaient toutes deux déjà fragilisées. D’autre part, les itinéraires se sont concentrés dans des zones qui présentaient le risque minimum (principalement Caraïbes, Méditerranée Occidentale et Europe du Nord) ; dans d’autres zones à risque, bien des navires devant naviguer ont dû être placés en arrêt technique. Néanmoins, ce secteur d’activité touristique a logiquement moins souffert que d’autres à la suite des attentats, dans la mesure où les navires de croisières sont mobiles.

### 3) EVOLUTION DES CLIENTELES ET EVOLUTION DES PRODUITS :

Une étude récemment parue dans le « globe-veilleur » (réseau québécois de veille et d’information touristique)<sup>20</sup> met en avant l’extrême souplesse de l’activité de croisière en termes d’adaptabilité. En quelques années, ce ne sont pas seulement les navires, les clientèles et les prix qui ont évolué, mais également les produits ainsi que la perception globale du secteur.

En premier lieu, c’est une « démocratisation » du produit qui s’est effectuée. Ce processus s’est affirmé avec à la fois une baisse des prix (une croisière d’une semaine dans les Caraïbes

<sup>18</sup> Source : article paru en 2005 dans « Transit City » : « les révolutions de la croisière ». Se reporter au site Internet : <http://www.transit-city.com/transits/croisiere/>

<sup>19</sup> Compagnie qui avait établi une programmation régulière d’escales à Bordeaux et dont la flotte était majoritairement constituée de petites unités de luxe.

<sup>20</sup> « La croisière : un produit réinventé pour de nouveaux passagers ». Paru le 19 octobre 2005. Se reporter au site Internet : [http://www.veilletourisme.ca/fr/resultats\\_recherche\\_article.aspx?id\\_article=500](http://www.veilletourisme.ca/fr/resultats_recherche_article.aspx?id_article=500)

serait accessible à partir de 500 euros en moyenne et par personne), un « rajeunissement » de la clientèle (une moyenne d'âge actuellement de 45 ans contre 60 aux débuts des années 80)<sup>21</sup> dont les revenus seraient plus modestes qu'auparavant.

D'autre part, et cela nous intéresse plus par rapport aux offres que constituent les escales, il semblerait qu'afin de mieux s'adapter à cette demande évolutive, les compagnies aient élaboré de profondes modifications concernant la nature même du produit. D'un « *produit simple avec une offre basée sur le service, de longs voyages impliquant des itinéraires simples* » nous serions passés à « *des produits thématiques mettant en scène une expérience et reposant sur de courts séjours dont les itinéraires seraient plus complexes* »<sup>22</sup>. Cela a son importance tant par rapport aux activités praticables et aux types de service à bord que sur les escales qui peuvent être programmées selon les thèmes sélectionnés par les compagnies. En particulier les caractéristiques « courts séjours » et « itinéraires complexes » peuvent favoriser bien des ports d'escales européens.

	Passagers (milliers)		Croissance (%)
	1980	2004	
2 à 5 jours	347	2.861	<b>724,5%</b>
6 à 8 jours	846	5.064	497,4%
9 à 17 jours	221	1.161	425,3%
18 jours ou plus	17	31	82,4%
<b>TOTAL</b>	<b>1.431</b>	<b>9.107</b>	<b>536,4%</b>

Tableau n° 5 : la forte évolution des courts séjours (clientèle nord américaine). Source : CLIA.

Par ailleurs, les marchés touristiques des croisières sont globalement sensibles aux innovations technologiques qui permettent aux navires d'atteindre des tailles rarement égalées (ce qui se traduit par des économies d'échelle conséquentes) et donc d'avoir plus d'activités et de loisirs à offrir sur des bateaux dont la fonction « transport » se fait de plus en plus discrète.

L'expression de « *ville flottante* » est de plus en plus couramment utilisée pour décrire les navires de croisière ; de fait, « *les paquebots se sont peu à peu transformés en véritables*

<sup>21</sup> L'étude du « globe-veilleur » mentionne que, «selon The Annal Cruise Review 2004, environ 47% des croisiéristes sont âgés de 25 à 39 ans ». Cf. note ci-dessus.

<sup>22</sup> Tel en fait état, entre « autrefois » et « aujourd'hui », l'aperçu du changement fourni au « globe-veilleur » par Tourism Industry Intelligence™. Cf. note 11.

*villages de vacance mobiles* [voire en « *ville nomade* »]» (Cf. note 9) et sont de plus en plus promus comme tels. Le dynamisme du marché dans le secteur a en fait favorisé une surenchère dans la volonté des compagnies de se différencier *par* le navire. Le *Voyager Of The Sea* (de la compagnie Royal Caribbean™) souvent désigné comme le plus gros navire de croisière au monde comprend à bord une réplique de la « Scala » de Milan (ayant une capacité de 1.350 places) ; casinos, espaces et centres commerciaux, nights clubs, espaces de loisirs sont omniprésents à bord des navires de la compagnie Carnival™ ou Disney™. Si bien qu'aujourd'hui, l'escale est, sur certains itinéraires (car cela demeure plus vérifiable dans les Caraïbes), presque devenue superflue.

En Europe, peu de ports ont su s'adapter à l'accueil de tels méga-paquebots (hormis, par exemple, Gênes, Lisbonne et Barcelone). En revanche, à l'échelle mondiale, nombre d'espaces portuaires ont été transfigurés à la suite des mutations du marché de la croisière : New York, Baltimore, Montréal, Sydney, Tokyo, Yokohama en sont des exemples.

## **B] LA CROISIÈRE EN EUROPE :**

### 1) DES POTENTIALITÉS :

L'activité présente en Europe de nettes spécificités : la demande et l'offre y sont étroitement mêlés, puisque, comme l'annonçaient déjà en 1998 L. Martin et L. Athanassou<sup>23</sup> : « *les produits européens privilégient les destinations européennes et attachent un grand intérêt aux croisières culturelles, artistiques et archéologiques proposées dans le cadre des croisières à thème* ». Que ce soit en termes de demande ou en termes d'offre, le marché européen présente actuellement le potentiel le plus évident.

---

<sup>23</sup> Article « Le marché européen des croisières, mutations et croissance » paru dans le Cahier Espaces n°56 « Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

Passagers (milliers)	2003	2004	Progression %	Part marché européen (%)
UK	964	1.029	7	37
Allemagne	529	551	4	20
Italie	346	400	16	14
Espagne	307	300	-2	11
France	212	222	5	8
Suisse	47	50	7	2
Autriche	35	38	10	1
Autres	222	214	-3	7
Total	2.662	2.804	5	100

Table n° 6 : le marché européen en 2004. Sources : Costa Croisières (G. Azouze), ECC.

En 2005 environ 3 millions de croisières ont été vendues en Europe. La Grande-Bretagne représente la plus grosse part du marché avec plus d'un million de croisiéristes, suivie de l'Allemagne (près de 600.000 croisiéristes), de l'Italie (400.000), et de l'Espagne (300.000). Le marché espagnol a récemment subi un léger infléchissement de son activité (voir tableau ci-dessus) mais, globalement, depuis la fin des années 90, a rapidement progressé grâce au dynamisme de certains tours opérateurs. La France, en cinquième position, avec plus de 220.000 croisières vendues, représente un potentiel qui a des difficultés à s'optimiser à cause d'une communication peut-être trop réduite et d'une distribution encore « timide ». G. Azouze (Cf. Note 5) rappelle :

- Qu'un unique pour cent des européens connaissent le produit « croisière »,
- Que la croisière bénéficie d'un niveau de satisfaction auprès des clientèles très élevé (« dans les enquêtes de satisfaction, la quasi-totalité des clients (93%) déclarent être prêts à refaire une croisière dans les deux ans »...),
- Ainsi que d'un taux de fidélisation qui serait de l'ordre de 85%,
- Que la demande est passée de 780.000 passagers européens en 1993 à 2.804.000 en 2004.

Ce potentiel serait à même de mieux s'exprimer au vu des principaux moyens de distribution (agences de voyages, tours opérateurs, Internet dans une moindre mesure) qui auraient d'autant plus de facilités pour vendre le produit au fur et à mesure que celui-ci prend une forme *packagée* (vols et croisière) et susceptible de représenter des « formules vacances » d'intérêt (gratuité pour les enfants et « early booking » notamment)<sup>24</sup>.

L'offre européenne s'est réalisée et matérialisée assez tôt, au cours des années 80. Les nombreux secteurs géographiques favorables à l'activité (Nord et Baltique, Méditerranée Orientale comme Occidentale, Adriatique, Mer Noire, façade Atlantique) se sont rapidement constitués comme supports d'itinéraires très diversifiés permettant de jouer sur des saisonnalités complémentaires. De plus, matériellement, ces itinéraires et circuits sont rendus opérationnels par des centres portuaires dont les capacités logistiques sont amplement suffisantes pour « couvrir » les besoins en matière d'avitaillement ou de réparations des armateurs (citons à titre d'exemples les cas de Londres, Copenhague, Rotterdam, Hambourg ou du Havre,...).

Juridiquement, il n'est pas de contraintes majeures pour l'activité en Europe, même s'il demeure des « zones d'ombre » sur certaines modalités de transport telles que le cabotage. En général, nous relèverons que *« pour les services internationaux et intracommunautaires, la libéralisation est effective et sans heurt, quel que soit le pavillon arboré par le navire, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1987 et l'exploitation des navires relève de la compétence de l'Etat du pavillon »*<sup>25</sup>.

## 2) LES COOPERATIONS PORTUAIRES :

Cependant, c'est avant tout par les ports et les instances décisionnelles locales que le développement de la croisière s'est opéré en Europe. Les principaux ports européens ont en effet très tôt perçu les intérêts économiques et commerciaux qui étaient en jeu. La mise en réseau de ports devenus partenaires dans une promotion commune est assez récente mais a connu des résultats précoces. Deux principales structures ont vu le jour en Europe :

- Cruise Europe n'est apparue qu'en 1991 sur la base d'une volonté commune de 27 ports de gagner en attractivité tout en fédérant leurs offres. En effet, s'il y a bien un

---

<sup>24</sup> Le lancement d'Amadeus France™ (dont l'un des primes objectifs est la simplification des procédures de vente de croisière pour les agences de voyages) témoigne de la volonté des compagnies à mettre en œuvre des moyens efficaces de distribution.

<sup>25</sup> L. Martin et L. Athanassou : « Le marché européen de la croisière, cadre juridique » in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

*choix d'escale* effectué par les opérateurs de croisière, il n'y a pas pour autant concurrence directe entre les ports dans la mesure où le développement de l'activité repose avant tout sur la constitution d'*itinéraires*. A ce titre, il nous faut rappeler qu'une escale de croisière ne constitue pas à proprement parler une *destination touristique* même si l'une de ses caractéristiques majeures, en deçà des questions d'ordre technique, est bien la structure de son offre en matière touristique.

Aujourd'hui, Cruise Europe rassemble plus de 70 ports disséminés sur la façade atlantique et sur la mer Baltique, de Lisbonne à Hammerfest.

- Le pendant méditerranéen de Cruise Europe est Medcruise : cette structure plus récente (1996) compte 45 membres représentant 62 ports de Méditerranée (plus Lisbonne et Casablanca). Ses objectifs sont similaires à ceux de Cruise Europe : l'échange d'informations, la promotion commune de ports dont la taille, l'offre touristique ainsi que les capacités techniques diffèrent. Les ports se rassemblent également autour de questions liées à la sécurité et à l'environnement, qui sont très prégnantes dans le marché de la croisière.

Les deux structures évoquées ci-dessus ont pour point commun de fédérer des escales de natures diverses et appartenant ou non à l'Union Européenne, ce qui ne va pas sans poser quelques problèmes de statuts juridiques.

Dans le même temps, à l'échelon national, des projets fédérateurs ont vu le jour, et parfois plus tôt que les structures internationales évoquées précédemment. C'est par exemple le cas de la structure « *French Atlantic Ports of Call* » lancée dès 1989 sur l'initiative du port de Bordeaux et opérant une promotion commune des ports de Bayonne/Saint-Jean-de-Luz, Bordeaux, La Rochelle, Nantes, Lorient/Belle Ile/Quiberon, Brest, Saint Malo, Rouen et Honfleur. Là encore, le souci principal est d'assurer une diffusion d'informations précises aux opérateurs et aux armateurs sur les potentiels respectifs des différents ports. Cette base informative est utile aux compagnies qui doivent voir apparaître des escales qui puissent s'intégrer dans des circuits programmés (et qui, rappelons-le, supportent de plus en plus de thèmes du type « food & wine »), qui puissent procéder d'une certaine forme de complémentarité et qui répondent à l'ensemble des exigences techniques requises. De plus, il nous faut préciser dès à présent que les normes auxquelles sont soumis les ports sont d'autant plus nombreuses et complexes qu'elles proviennent non seulement des

compagnies mais également des clientèles elles-mêmes, ces deux natures d'exigences ne se superposant pas nécessairement.

Les enjeux du développement économique et commercial lié à la croisière en Europe sont très clairement des enjeux de coopération (aussi bien nationale que transnationale). Cependant, le port d'escale est soumis à des contraintes qui lui sont souvent propres. Les ports français en sont une bonne illustration : les principales façades maritimes ne donnent pas lieu à des configurations similaires, les offres touristiques diffèrent et se complètent. De plus l'espace portuaire est également celui de la ville, qui constitue un territoire touristique bien particulier.

Puisqu'il n'existe pas à proprement parler en France de « compétence croisière », les ports ne délivrent pas les responsabilités et les outils de développement aux mêmes instances. En général, ce sont plusieurs acteurs et instances décisionnelles locales qui sont impliqués dans l'accueil des navires de croisière.

Afin de mieux pouvoir prétendre à la connaissance des modalités organisationnelles du secteur de la croisière en France, nous nous proposons de réaliser un tour d'horizons succinct des ports français afin de mieux cerner la diversité des enjeux et des situations.

## **C] LE CONTEXTE NATIONAL :**

### 1) REMARQUES GENERALES :

La France représente en matière de demande 8% du marché Européen de la croisière. Ce produit y semble mal connu ou perçu comme étant a priori destiné aux seniors appartenant à des catégories socioprofessionnelles précises. Cependant, la hausse du nombre de croisières vendues en France semble globalement constante (de 100.000 à 1993 à 224.000

en 2005<sup>26</sup>), et depuis l'an 2000 le nombre de passagers de nationalité française n'a pas évolué de façon significative.

C'est surtout le développement de l'offre depuis une vingtaine d'années en France métropolitaine qui nous intéresse ici. Comme nous l'avons déjà signalé précédemment les situations des différents « *ports-villes* » français sont à examiner au cas par cas.

Néanmoins, nous pouvons préciser que, globalement, l'offre française a évolué avec le développement européen de l'activité, selon de multiples modalités :

- C'est la nature propre du secteur qui a amené à l'élaboration de nouveaux itinéraires mondiaux : par le potentiel non négligeable de repositionnement géographique des navires, par des phénomènes de saisonnalité encourageant des circuits de « complément » par rapport aux tours classiques des compagnies américaines dans les Caraïbes ou les Bahamas. Par ailleurs, la forte croissance du marché mise en rapport avec une flotte qui ne cesse de s'agrandir a amené les opérateurs à se questionner sur une éventuelle surcapacité de ce dernier, ce qui a entraîné la prise en considération d'un élargissement des destinations. Et ce d'autant plus que, comme le rappelle M. Bagot<sup>27</sup> : « *La durée d'exploitation (très longue), le faible nombre de navires désarmés et la mise à la ferraille quasiment nulle sont autant de facteurs qui pourraient [...] contribuer, à terme, à un excès d'offre sur le marché* ». L'expression de ces craintes date de l'an 2000, depuis la « surcapacité » n'a pas été constatée du fait même de l'élargissement géographique de l'offre.
- L'Union Européenne a peut-être plus bénéficié de cet élargissement que d'autres régions pour des raisons qui se rapportent à des problématiques sécuritaires (qui constituent pour les armateurs et compagnies un facteur essentiel dans la sélection d'escales et d'itinéraires de croisière<sup>28</sup>).
- De nombreux ports européens ont pu très tôt supporter techniquement différents types d'escales, et ce sur l'ensemble de la gamme qualité inhérente au secteur (« *Luxury, Premium, Budget, Contemporary, Exploration, Sailing et Niche* »).

---

<sup>26</sup> Cette augmentation est sans doute due pour une part aux efforts réalisés tant au niveau de la promotion que de la distribution : « 3 000 agences de voyages vendent au moins une fois par an un dossier croisière en France contre seulement moins de 1 000 agences en 1994 » selon G. Azouze (étude France Ferries Croisières).

<sup>27</sup> Cité dans une synthèse de l'ISEMAR (Institut Supérieur d'Economie Maritime) : « Développer l'accueil des croisières dans les ports européens ». mai 2000.

<sup>28</sup> En cela se rejoignent les exigences des clientèles et des opérateurs quand à la réalisation des croisières.

- Ces ports ont assez rapidement (et parfois exagérément) perçu les intérêts et les retombées économiques des escales pour le port lui-même mais aussi pour l'ensemble des espaces visités à terre par les croisiéristes : généralement la ville et son hinterland touristique.

La France est partagée entre les deux sous-marchés européens : d'une part le marché méditerranéen, plus ancien, basé sur des itinéraires complexes et parfois longs ; d'autre part un marché « Nord/Atlantique » qui, à l'échelle nationale, bénéficie aux ports ayant une assise en termes d'offre touristique et qui étaient déjà bien équipés techniquement pour l'accueil de navires de taille importante dans les années 80. Les ports d'escale français de la façade atlantique et de la Manche, de Saint-Jean-de-Luz à Honfleur, ont connu un « démarrage » dans la même période pendant laquelle les armateurs souhaitaient établir des navires en repositionnement et asseoir des escales de « déroutement » des navires remontant de la Méditerranée vers le Nord (en particulier vers Londres et Douvres qui ont une fonction de tête de ligne et qui auront été pour beaucoup dans le développement de l'activité croisière à Bordeaux, Saint-Malo ou Honfleur). Aujourd'hui, ces ports s'attachent à ne plus seulement attirer des navires de faible capacité et préfèrent travailler à l'accueil de navires importants, à travers une promotion forte de leur potentiel touristique respectif, étant conscients du fait que les armateurs communiquent entre eux, et qu'être programmé ne serait-ce que par une seule et unique « grosse » compagnie peut amener à un nouveau niveau de développement.

Ce qui n'empêche pas les nombreux agents maritimes, élus, responsables portuaires ainsi que les représentants des différentes Chambres de Commerce et d'Industrie des ports concernés de conserver un réalisme et une certaine lucidité face à la nature de ces ports en tant qu'escales de croisières : Nantes n'accueillera, selon toute probabilité, jamais autant de navires que Marseille.

## 2) LES PRINCIPAUX FACTEURS DE DIFFERENCIATION DES ESCALES :

Plusieurs facteurs permettent de différencier les escales et les impacts économiques qui s'ensuivent. Nous pouvons, à la suite de J-P Pagès<sup>29</sup>, établir les bases de différenciation des différents ports en sélectionnant les critères suivants :

- Les types d'escales : tête de ligne ou de transit. Les têtes de ligne sont les points de départ ou d'arrivée des navires dans leurs itinéraires. Leur intérêt économique est plus évident dans la mesure où les passagers y arrivent généralement un ou deux jours avant le départ des navires, procèdent à des dépenses sur place (en hôtel et restauration notamment), et visitent la ville. Les têtes de ligne s'effectuent logiquement dans des grandes agglomérations ayant à offrir aux compagnies un support logistique important (notamment l'avitaillement des navires, un aéroport international relié à des lignes directes aux principaux bassins émetteurs, mais aussi une offre hôtelière capable d'absorber l'ensemble des futurs passagers, et ce à tous les niveaux de gamme). De façon générale la France manque actuellement de ports de tête de ligne ayant un rôle structurant. Notons à ce sujet que l'une des meilleures façons de constituer à terme une tête de ligne est de représenter initialement une solide escale secondaire aux yeux des armateurs. Marseille est l'un des rares ports français constituant une tête de ligne.
- Les types de navires accueillis, ainsi que leur capacité sont évidemment des facteurs déterminants dans les retombées financières engendrées par leurs haltes. Cependant, le fait de considérer que plus un navire a une grande capacité, plus les retombées à l'échelle du port sont importantes ne se justifie pas toujours, puisque, en réalité,
- Beaucoup dépend des passagers eux-mêmes, de leur nationalité, de la catégorie socioprofessionnelle à laquelle ils appartiennent, de leur pouvoir d'achat, de leur profil de consommation et de leurs pratiques touristiques. Ce critère est l'un des plus importants pour tâcher d'appréhender la réalité des impacts économiques d'une escale mais également l'un des plus complexes.
- D'autres facteurs de différenciation des escales interviennent : les coûts portuaires, le coût du lamanage, du pilotage (qui dépend de la configuration physique du port), des approvisionnements mais aussi les taxes portuaires sont variables en fonction des ports.

---

<sup>29</sup> Consultant maritime, auteur de l'article « Les croisières maritimes, une manne pour les ports français ? » in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

- Les durées d’escales varient d’un port à l’autre et dépendent, à l’échelle locale, des contraintes physiques et géographiques : par exemple dans certains ports de la façade Atlantique (dont Bordeaux) les navires de grande taille doivent composer avec la marée.
- Enfin, l’hinterland touristique du port est essentiel dans la définition de la nature de l’escale.

Comme nous pouvons le constater, cette multiplicité de paramètres rend difficiles à apprécier les effets des escales en termes économiques ainsi que l’apport concret de l’activité au développement local. Or, les responsables locaux doivent pouvoir décider d’un positionnement adapté et mettre en œuvre des initiatives définies selon l’offre effective qu’ils représentent : rappelons que le moteur principal du marché de la croisière à l’heure actuelle est bien l’offre elle-même.

*« Tous les ports n’ont pas la capacité d’accueillir des navires de très grandes taille. Chacun doit trouver son créneau et se positionner sur le segment de marché sur lequel il est réaliste d’envisager un développement. Certains ports, même à l’écart des routes traditionnelles, peuvent envisager l’accueil des paquebots en **expérimentant**, en **inventant des produits** pour susciter la demande, en procédant par **tâtonnements et ajustements**.<sup>30</sup> »*

Les ports français se trouvent justement dans un contexte d’expérimentation et de réflexion sur leur capacité d’adaptation par rapport à une série d’exigences et de contraintes provenant des compagnies et des armateurs. Ces dernières ne sont pas toujours compatibles avec d’autres mesures de développement et orientations économiques des « ports-villes ».

Dans ce secteur d’activité touristique le niveau d’engagement et de volontarisme de la part des ports et des « réceptifs » est primordial : l’un des critères de sélection des escales par les opérateurs réside bien dans la rigueur et la régularité organisationnelle ainsi que dans un niveau stable de qualité des prestations (tant par rapport aux infrastructures que concernant l’offre touristique globale) que celles-ci présentent. En effet, une escale se construit intégralement. Son développement est sans doute plus fragile qu’une destination touristique

---

<sup>30</sup> Citation extraite d’une synthèse de l’ISEMAR (Institut Supérieur d’Economie Maritime) : « Développer l’accueil des croisières dans les ports européens », mai 2000.

« classique » puisque dépendant des choix de peu de personnes. Ce sont en effet les « *port planners* » ou responsables de la programmation des escales, appuyés par divers départements des compagnies (B. Burleson<sup>31</sup> cite notamment les départements « service passagers, département marketing, service opérations maritimes et le département destinations ») qui négocient les conditions et les contrats avec les agents maritimes locaux. En fonction des informations recueillies, de l'image et de la perception globale du port d'accueil, les escales sont programmées... mais également déprogrammées si le niveau de prestations offertes venait à baisser dans le temps.

Ainsi, l'évolution du nombre d'escales réalisées dans un port est sensiblement différente d'une année sur l'autre. Les tendances récentes montrent que c'est en Méditerranée que la progression est la plus évidente :

### 3) LES ZONES D'EXPLOITATION FRANÇAISES :

#### a) LA MEDITERRANEE : LE CŒUR DU MARCHÉ FRANÇAIS :

- Marseille affichait une croissance de +16% quant au trafic de croisiéristes en 2005 avec près de 132.000 passagers... contre 66.000 en 1997<sup>32</sup>. En réalité ces excellents résultats sont imputables aux efforts et au volontarisme du Port Autonome de Marseille ainsi que de la structure « Euroméditerranée ». Visiblement, la cité phocéenne n'a pas hésité à définir une orientation favorisant le transport et l'accueil des passagers (croisiéristes ou non) ainsi qu'à investir dans le secteur « croisières ». Cet engagement a pu notamment trouver son expression dans l'aménagement de la gare de croisières MPCC (Marseille Provence Cruise Center) en 2003. Plus récemment c'est la compagnie italienne MSC qui y a installé une gare maritime tandis que sa concurrente directe dans ce secteur géographique, Costa, propose tout l'été des croisières au départ de Marseille.
- Cannes enregistre, selon « Mer et Marine »<sup>33</sup>, des records de fréquentation, avec en 2005 près de 115.000 croisiéristes qui y auraient fait escale. En réalité, l'escale « Cannes » rentre en complémentarité avec les ports de Nice et de Villefranche, notamment par

---

<sup>31</sup> « Le choix d'un port d'escale, étude auprès des responsables de la planification des escales » in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

<sup>32</sup> « La croisière à Marseille : un projet de développement qui s'intègre dans un projet d'agglomération » in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

<sup>33</sup> Revue en ligne d'actualité maritime, se reporter au site : <http://www.meretmarine.com/article.cfm?id=341>

rapport aux équipements et aux infrastructures. Dès lors les chiffres de fréquentation paraissent quelque peu excessifs : le Conseil Général des Alpes-Maritimes indiquait qu'en tout 450.000 croisiéristes auraient fait escale dans le département en 2002... Notons dès à présent que ce souci des instances locales de s'afficher comme premier port d'accueil de croisiéristes en France (le couple Nice/Villefranche, Rouen, Marseille mais aussi Saint-Malo) montre bien la prégnance des enjeux liés à l'image dans l'activité de croisières.

Sur la Côte Atlantique et en Manche, les résultats sont différents et plus évolutifs<sup>34</sup> qu'en Méditerranée.

#### b) LA CÔTE ATLANTIQUE EN ESSOR :

- Le Pays Basque (les ports de Bayonne, Saint-Jean-de-Luz et Hendaye) a accueilli 14 escales en 2005 et constitue une escale émergente pour des navires positionnés haut de gamme et des clientèles britanniques, allemandes ou américaines.
- Nous reviendrons de façon beaucoup plus détaillée sur le cas de Bordeaux plus loin, nous nous contenterons simplement ici de préciser que l'escale bordelaise est une escale de transit. La longue remontée de l'estuaire pose problème mais la qualité des excursions proposées ainsi que la possibilité de faire escale directement dans le centre-ville sont des atouts précieux. Bordeaux connaît, en termes de fréquentation, des variations assez amples au fil des ans.
- Le Port de La Rochelle connaît pour sa part une progression plus rapide : la Chambre de Commerce et d'Industrie et le CDT ont entamé une campagne promotionnelle qui semble porter ses fruits. Les infrastructures sont pour l'instant suffisantes pour l'accueil des 34 escales qui ont été enregistrées en 2006 (contre 6 dix ans auparavant). Cependant, l'escale de La Rochelle suppose de courtes haltes (systématiquement moins de 24 heures) dans la mesure où les produits d'excursions sont pour l'instant limités aux visites dans les distilleries de Cognac et à la Corderie de Rochefort.

---

<sup>34</sup> Nous évoquons ici encore une fois une évolution non synonyme d'augmentation : le marché est plus instable en Atlantique qu'en Méditerranée.

- Le port de Nantes connaît des difficultés liées à ses structures d'accueil : moins de dix paquebots y ont fait escale en 2005. Il s'agit du seul port sur l'Atlantique à avoir enregistré une baisse globale depuis les années 80. Pourtant, l'association pour l'accueil des paquebots à Nantes a changé récemment de statut pour pouvoir bénéficier du soutien des institutionnels et se trouve ainsi aidée par le Conseil régional des Pays de la Loire, le Conseil général de Loire-Atlantique, la Communauté urbaine de Nantes et le Port autonome de Nantes/Saint-Nazaire (ce qui se traduit par une enveloppe d'aide d'environ 80.000 euros utilisés à des fins promotionnelles).
- Malgré la lente émergence de Brest dans l'accueil des navires (14 escales en 2006, 6 en 1995)<sup>35</sup>, c'est en Bretagne Saint-Malo qui apparaît comme l'escale la plus importante : son image touristique globale, un avant-port favorisant des approches aisées, la proximité du port de sites touristiques connus internationalement (du type du Mont-Saint-Michel) compensent les problèmes liés à la marée (puisque l'amplitude de marée y est une des plus fortes au monde). Cela démontre que les problèmes techniques peuvent être surmontés à condition que l'escale ait une offre touristique viable ainsi qu'une forte renommée.

#### c) LA NORMANDIE TRES PRESENTE :

- Le cas rouennais est particulier puisque l'escale y est fluviale. B. Burleson (Cf. Note n°24) écrit à son sujet que la ville a pour elle plusieurs atouts : une proximité du port au centre-ville (nous verrons dans le cas de Bordeaux comment ce facteur d'attrait peut constituer une compensation face à des contraintes inhérentes au site de l'escale), mais surtout une possibilité pour établir un plan promotionnel « *deux escales en une* » (Rouen étant susceptible de se présenter comme le « *port de Paris* »). Or, la capitale constitue (notamment par rapport aux clientèles étrangères et en particulier américaines) un argument de vente de choix. Cela montre également que la notion d' « *excursion* » correspond à des réalités géographiques assez fluctuantes, et ce d'autant plus que les passagers sont prêts à parcourir des distances relativement importantes. Inutile de préciser que ce type d'excursions implique une assise logistique en termes de transports assez complexe à mettre en œuvre. A Rouen, la Seine favorise les croisières maritimes, fluviales

---

<sup>35</sup> La Chambre de Commerce et d'Industrie de Brest n'a opéré le choix de se positionner sur le marché des croisières qu'en 1994. Ce qui souligne bien le caractère récent du questionnement des ports français à propos de l'activité « croisière ».

(46 escales de paquebots fluviaux ont été réalisées à Rouen et Honfleur en 2003) mais aussi fluvio-maritimes. C'est d'ailleurs le but de l'association « *Rouen Croisières* » (apparue en 1992 sur l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie, du Port Autonome et de la municipalité) de promouvoir et d'aider à développer l'activité - quelque soit sa nature - à l'échelle locale (l'association vise à « *sensibiliser les acteurs locaux, à assister les armateurs et tours opérateurs dans leurs projets* » mais aussi plus généralement à « *se doter des meilleurs moyens d'accueil des croisiéristes* »<sup>36</sup>). Rouen a accueilli en 2005 28 escales (contre 24 en 1994 et... seulement 12 en 1995 ; le secteur de la croisière n'est pas « déconnecté » des événements touristiques majeurs, 1994 était l'année du cinquantième anniversaire du Débarquement en Normandie).

- Le port de Rouen peut être également envisagé comme complémentaire des ports du Havre et de Honfleur, les ports de Rouen et de Honfleur sont d'ailleurs réunis sous l'appellation « Vallée de Seine »<sup>37</sup>. F. Guihéneuf<sup>38</sup> avait déjà relevé à ce propos en 1998 que « *la double escale Rouen/Honfleur [pouvait] être un facteur de développement du marché* » (concernant la croisière maritime seulement). Cependant, à Honfleur, un seul et unique terminal multifonctionnel (le Terminal de Honfleur, géré par l'Etablissement Maritime Rouen Honfleur) permet l'accueil des passagers, ce qui semble d'autant plus regrettable que la ville présente en Normandie le plus important potentiel en termes d'excursions de proximité<sup>39</sup>.
- Le port du Havre semble également bien profiter de l'accroissement du nombre d'escales dans l'estuaire de la Seine et semble bénéficier de la plus forte croissance en termes de nombre d'escales à l'échelle de la façade Atlantique française : à la fin du mois de mai 2006, dix paquebots avaient déjà fait escale dans la ville (44 escales confirmées cette année auxquelles doivent s'ajouter une quinzaine devant l'être) qui aurait bénéficier d'un regain d'intérêt touristique depuis l'inscription de son centre-ville au patrimoine mondial

---

<sup>36</sup> Site officiel de l'association « *Rouen Croisières* » : se reporter au site Internet : <http://www.normandy-cruises.com/arcmissions.html>

<sup>37</sup> Il semble d'ailleurs difficile de différencier les escales réalisées à Honfleur de celles faites à Rouen. L'indication précédente de 28 escales pour l'année 2005 pourrait procéder d'un cumul des escales dans les deux ports. Cependant la Chambre de Commerce et d'Industrie du Pays d'Auge dénombre une vingtaine d'escales à Honfleur en 2005, et environ 15.000 croisiéristes accueillis par an.

<sup>38</sup> « Développement de la croisière maritime et fluviale en Haute-Normandie » in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.

<sup>39</sup> La municipalité semble néanmoins s'intéresser de près à la croissance de cette activité touristique, la création du « Club Honfleur Croisières » (une structure chargée du bon accueil des croisiéristes dans la ville) en 2003 peut en témoigner.

de l'UNESCO. Selon l'Office de Tourisme, l'activité touristique aurait progressé de plus de 10% depuis cette inscription, et les retombées locales de la croisière seraient évaluées approximativement entre 100 et 150 euros par passager<sup>40</sup>. L'un des atouts essentiels du Havre est de pouvoir recevoir des navires de croisières de très grande taille, sans contrainte liée à la marée. De plus, le Port Autonome de la ville a consacré à l'accueil des passagers un hangar de plus de 1.000 mètres carré. Le Havre demeure à l'heure actuelle un port de transit (les passagers n'y passent pas plus d'une journée) même si les ambitions des acteurs locaux (Port Autonome, Ville du Havre, Office de tourisme et Chambre de commerce) se tournent vers une fonction de tête de ligne.

#### 4) UNE PROMOTION COMMUNE AU SEATRADE DE MIAMI :

A défaut d'une instance nationale forte visant à affirmer la place de la France dans l'offre globale des produits de croisière, il nous faut néanmoins rappeler l'existence de l'association Croisimer, créée à Paris dès 1970 sur l'initiative commune d'American Express, CIT, Havas, Transcar et Wagon Lits<sup>41</sup>.

Rappelons que les principaux ports de la Côte Atlantique et de la Manche sont engagés dans une démarche de coopération volontaire, « *French Atlantic Ports Of Call* » qui se traduit notamment par une présence commune dans les principaux salons nautiques tel le Seatrade de Miami<sup>42</sup>, qui se déroule chaque année aux alentours du mois de mars et qui constitue le salon dédié à l'activité croisières le plus important au monde dans la mesure où sa vocation est amplement internationale<sup>43</sup>. (100 nationalités représentées, près de 1.000 exposants et intervenants présents, 73 sociétés de croisières). Ce salon représente un moment-clé dans

---

<sup>40</sup> Source : article « Le port du Havre accueille le dixième paquebot de la saison » in Mer et Marine (Revue en ligne d'actualité maritime), se reporter au site : <http://www.meretmarine.com/article.cfm?id=101728>.

Il nous faut préciser que nous citons ces chiffres afin de bien rendre compte de la prudence suggérée par J-P Pagès quant à l'interprétation des chiffres et statistiques ; du reste : que signifie « une croissance de 10% de l'activité touristique » ?

<sup>41</sup> M. Butler donne des informations précises à propos de cette structure dans l'ouvrage « L'Activité de croisières dans le monde » (mentionné en note n°2) : l'auteur mentionne en particulier l'activité de Croisimer « centrée sur l'organisation de colloques, le développement des ventes de croisières et l'édition du bulletin « Bien vendre le maritime ». Croisimer rassemblerait sept compagnies de croisières et ferries représentant 95% du marché.

<sup>42</sup> Plus exactement le « *Seatrade Cruise Shipping Convention* »: *The International Exhibition and Conference Serving The Cruise Industry*.

<sup>43</sup> A la différence de salons orientés sur des sous-marchés d'ampleur moindre mais qui comptent pourtant beaucoup à l'échelle « locale », à l'image du SeaTrade de Naples, plus axé sur les ports méditerranéens.

l'évolution des tendances du marché : 90% des visiteurs y sont des décideurs et des professionnels de l'industrie. Le SeaTrade comporte deux sections majeures :

- La section « destinations » : les pays ou régions y présentent leur offre. L'importance de la taille des pavillons y est variable (d'où l'intérêt de faire une promotion commune pour les ports atlantiques).
- La section « produits et services » qui est représentée par l'ensemble des prestataires concernés par l'activité croisière (technologies, alimentaire/boissons, services et opérations à bord, design, équipements,...).

Le SeaTrade est également essentiel dans la commande des navires puisque s'y signent des lettres d'intentions et des commandes directes : les chantiers navals (européens pour beaucoup) y sont donc naturellement représentés. Il s'agissait cette année de la 22<sup>ème</sup> édition de l'évènement, cependant les agents maritimes et les chargés « Tourisme » des différentes Chambres de Commerce français concernés n'y assurent une présence régulière que depuis peu.

Un bref tour d'horizon des ports français face à un secteur qui se développe progressivement sur des temps qui sont à la fois longs (aménagement, investissements financiers des « *ports-villes* ») et courts (représentation et promotion des ports au SeaTrade) nous a permis de constater la grande variété des situations du marché en France.

De fait, les marges de progression concernant la fréquentation des navires sur la Côte Atlantique sont caractérisées par leur fragilité : rappelons qu'encore 80% des escales réalisées sur cette côte sont le fait de navires qui se repositionnent. Il faut donc à présent, et plus particulièrement pour les ports atlantiques, arriver à convaincre les armateurs d'une stabilité et d'une fiabilité sans faille quant à l'engagement et au volontarisme des responsables locaux. Ce d'autant plus que, comme nous l'avons vu précédemment, ces armateurs doivent, à chaque programmation, opérer des choix et sélectionner des escales ; il existe donc actuellement une situation effective de concurrence entre les ports<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Cette concurrence peut-être d'autant plus affirmée entre les ports si ces derniers présentent entre eux une proximité géographique constatable.

A ce titre, Bordeaux connaît aujourd'hui un contexte très particulier : la ville est partagée entre des impératifs de développement et de refonte de la morphologie urbaine, des questionnements quant à son positionnement touristique mais aussi quant à l'avenir de son port qui a longtemps été dans une situation délicate. A l'heure actuelle, bien des enjeux urbains et touristiques sont cristallisés à Bordeaux autour de l'accueil des navires de croisière.

## **DJ BORDEAUX ET SON ACTUALITE :**

### 1) UNE VILLE MISE EN TOURISME :

L'agglomération bordelaise compte environ 735.000 habitants (la commune proprement dite en comptabilise 230.000). La 6<sup>ème</sup> métropole française se démarque actuellement par son niveau d'attractivité et par son dynamisme démographique (une prévision régionale serait de l'ordre de +13% d'ici 2030<sup>45</sup>). La fonction de « capitale régionale » suppose une assez large multifonctionnalité, c'est également le cas des « ports-villes » français évoqués précédemment<sup>46</sup> ; cependant Bordeaux se distingue assez nettement de ces derniers par :

- Une situation de ville de fond d'estuaire qui a des incidences considérables sur l'activité portuaire et les aménagements qui la permettent<sup>47</sup> (l'estuaire de la Gironde est le plus vaste en Europe) ;
- Une activité vini-viticole de renommée internationale qui repose sur 117 300 hectares plantés en AOC, 9 308 exploitations viticoles ainsi que sur 60 000 emplois dans le département. Ce statut de « capitale mondiale du vin » permet à la ville d'avoir, en termes touristiques, un nom à vendre.

De plus, la Communauté Urbaine de Bordeaux semblerait connaître une évolution remarquable en termes de développement touristique ; l'ensemble des mutations semble tenir à la fois d'éléments qualitatifs comme quantitatifs :

---

<sup>45</sup> Source : site officiel de la ville de Bordeaux : se reporter au site Internet : [http://www.bordeaux.fr/ebx/portals/ebx.portal?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=pgPresStand13&classofcontent=presentationStandard&id=287](http://www.bordeaux.fr/ebx/portals/ebx.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pgPresStand13&classofcontent=presentationStandard&id=287)

<sup>46</sup> L'activité émergente des croisières dans les principaux ports français est en partie conséquence de la construction historique conjointe du port et de la ville.

<sup>47</sup> Les 80 kilomètres d'axe navigable que représente la Garonne séparent Bordeaux de l'estuaire de la Gironde.

- la métropole d'équilibre, tant par le réaménagement et la redéfinition de ses « centres urbains » que par la révision de ses réseaux de transports, présente un nouveau faciès, et s'appuie sur ce dernier pour élaborer et se construire une nouvelle identité touristique ;
- La ville de Bordeaux montre une ambition et une volonté politique locale forte, dont témoigne sa candidature pour inscrire son centre-ville au patrimoine mondial de l'UNESCO. Cette candidature fut basée en partie sur la qualité architecturale des façades datant du 18<sup>ème</sup> siècle situées sur les quais mais aussi sur les 350 édifices protégés au titre des monuments historiques présents dans un secteur sauvegardé. En réalité c'est également sur la base d'une inscription au patrimonial mondial de trois édifices religieux de la ville (la cathédrale Saint André, l'église Saint Seurin et l'église Saint Michel) intégrée en 1998 dans une inscription plus globale de sites présents sur les chemins de Saint Jacques de Compostelle, que la municipalité a fait le choix de poursuivre cette démarche d'inscription.
- Bordeaux aurait apparemment vu se mettre en place un tourisme de plus grande échelle (par rapport au nombre d'arrivants, de leur durée de séjour, de la diversité de leur nationalité,...) et mieux organisé (par rapport aux structures d'accueil, à la synergie des équipements touristiques,...).
- Alors que la ville ne comptait plus sur son principal moteur historique de développement (la Garonne) depuis une quinzaine d'années, le projet urbain « Bordeaux, les deux rives » mis à place à partir de 1995 avec la municipalité dirigée à l'époque par Alain Juppé va donner au fleuve une nouvelle image ainsi qu'une nouvelle fonction. Le réaménagement des quais a de fait créé une nouvelle centralité consacrée aux déplacements en « voie douce » (vélos, rollers,...) sur la rive gauche de la ville.
- Cette initiative s'est également accompagnée d'une proposition en évènementiels (les débuts de la Fête du Vin, puis la Fête du Fleuve -les deux manifestations étant programmées au début de l'été<sup>48</sup>) qui vise à la réappropriation des lieux par les habitants d'une part, mais aussi à la construction d'un espace central touristique de l'autre.

---

<sup>48</sup> La Fête du Vin ne se déroule pas tous les ans : elle alterne avec le Salon consacré aux activités viniviticoles, Vinexpo.

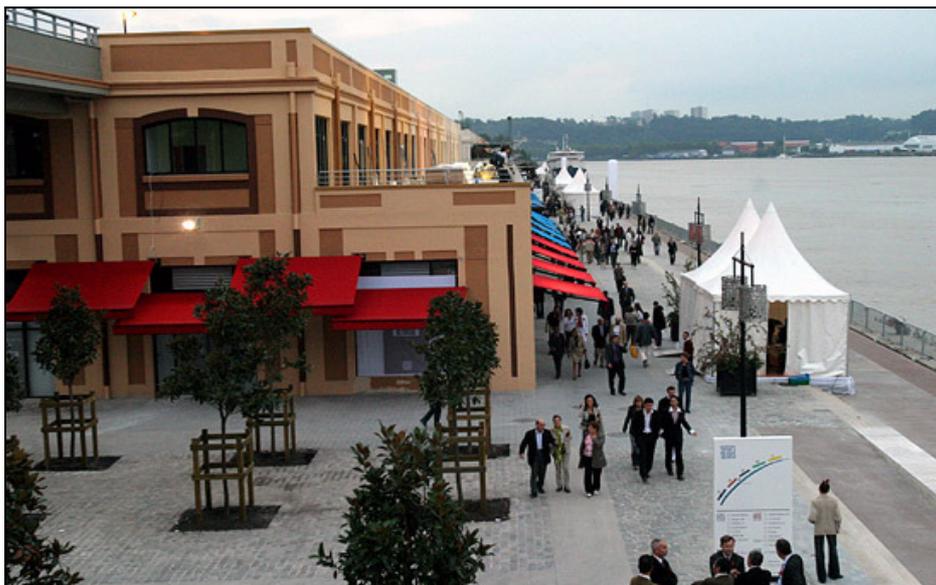


*Photographie n°1 : La fête du Fleuve 2003(© Thomas Sanson - Mairie de Bordeaux).*

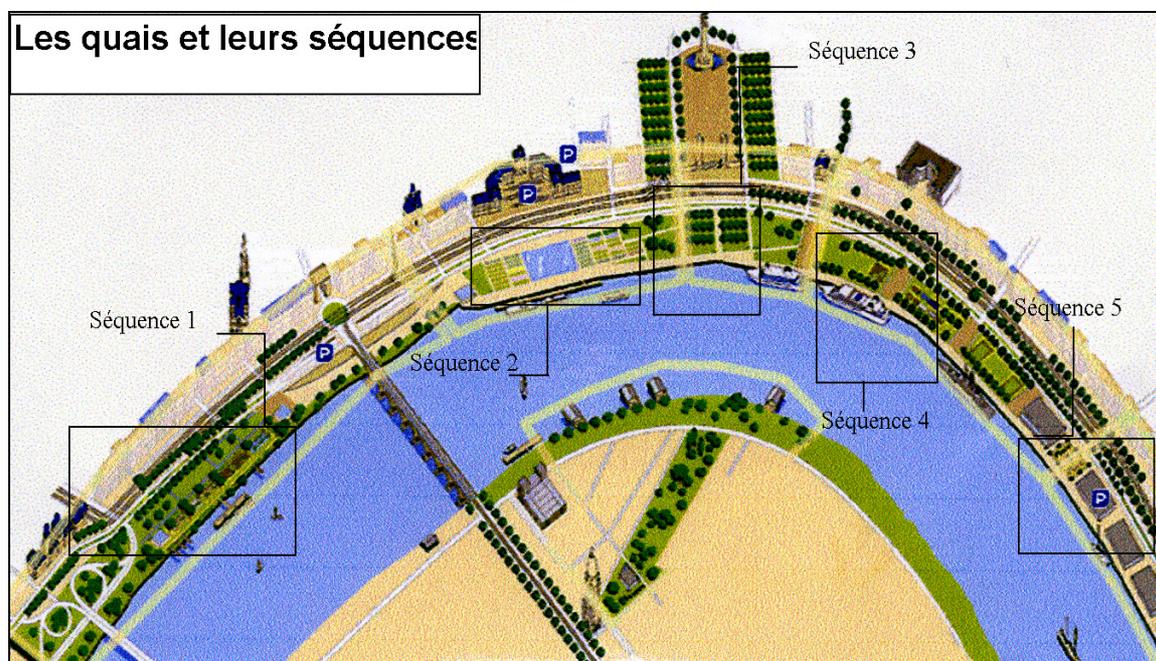
- Ce réaménagement supposait d'une part de détruire les hangars désaffectés (H 11 en 1996, H 13 l'année suivante, H5 et H7 en 1999) encore présents devant la place des Quinconces (voir plan) et d'en réhabiliter d'autres plus en aval (le H14 a été réutilisé pour en faire un espace d'exposition), à un kilomètre de là. Dans ce cadre fut également envisagé le projet « Jardins des quais »<sup>49</sup> qui devait permettre la mise en place d'une surface assez considérable (25.000 mètres carré) dédiée à « *des offres commerciales ludiques et culturelles* » présentée, comme son nom l'indique, sous le jour d'une thématique « nature » et qui devait comporter entre autres « *une plate-forme touristique [et] la Maison du Tourisme, en charge de l'accueil et de l'information des touristes, et notamment des croisiéristes* ». Le projet « Jardins des Quais » n'a pas vu le jour pour l'instant mais les hangars concernés par ce projet ont en effet été réhabilités en espaces commerciaux.

---

<sup>49</sup> Se reporter à l'article « Les Jardins des Quais à Bordeaux, futur *Urban Entertainment Center* paru dans le dossier « Fun Shopping » de la revue *Espaces* n°178. Janvier 2001.



Photographie n°2 : Hangars des quais (© Thomas Sanson - Mairie de Bordeaux)



Carte/plan n°1 : Schéma séquentiel d'aménagement des quais. Source : Site officiel de la mairie de Bordeaux. La séquence 4 exprime le projet de repositionner les navires de croisières à quai à proximité de la place des Quinconces suite au réaménagement des secteurs jouxtant la place de la Bourse (séquence 2).

Le fleuve est également redevenu plus « vivant » depuis qu'il a retrouvé une fonctionnalité de transport, notamment par la mise en place de navettes fluviales reliant régulièrement la rive droite à la rive gauche, du centre-ville à la commune de Lormont, ces navettes ayant l'avantage d'être intégrées au réseau de transport terrestre<sup>50</sup>.

Bordeaux a connu une refonte relativement abrupte de son tissu urbain même si toutes les phases de travaux ne sont pas encore achevées à l'heure actuelle (en particulier au niveau des quais d'amarrage en centre-ville des navires de croisière : en face de la place de la Bourse, fleuron architectural des quais 18<sup>ème</sup> bordelais<sup>51</sup>). Cependant, même si c'est bien entendu plus particulièrement l'aménagement des quais qui nous intéresse en premier lieu, il nous faut considérer que ces réaménagements participent amplement à la mise en tourisme de cet espace urbain et sont à la base de comportements touristiques qui ne sont observables que depuis des dates récentes<sup>52</sup>. Au cœur de cette juxtaposition de projets qu'est en réalité le réaménagement de Bordeaux s'est dessiné le réseau des lignes de tramway. Ce dernier a eu des effets indirects touristiques devant être pris en compte<sup>53</sup> :

- d'une part parce que, à l'image de ce qui s'est produit à Nantes, Montpellier et Strasbourg, le tramway bordelais a représenté une occasion unique de rendre le centre-ville de moins en moins praticable en voiture et d'élargir les zones piétonnières : l'accès, les déplacements et les stationnements automobiles s'en trouvent irrémédiablement limités.
- D'autre part, « *La réorganisation d'un tel réseau de transport entraîne nécessairement dans son sillage restructurations d'ordre plutôt intrinsèque (ligne de mobilier urbain adapté) et réaménagements de l'environnement qu'il traverse et dans lequel il s'inscrit. Il n'est par conséquent pas le seul facteur de réappropriation urbaine et devient « prétexte » à la réorganisation de l'environnement dans lequel il s'inscrit. [...] Peut-être convient-il de rappeler au sujet du tramway de Nantes, la déclaration d'Alain Chénard (maire PS de Nantes de 1977 à 1983) instigateur du nouveau réseau de transport de la ville : « Au*

---

<sup>50</sup> Se reporter à l'article de Emmanuelle Sarlanga « de Paris à Bordeaux, en passant par Nantes et Fort Lauderdale...La ville redécouvre son fleuve » paru dans le dossier « transport collectif régulier local » de la revue Espaces n° 206. Juillet-Août 2003.

<sup>51</sup> Ce qui ne va pas sans poser problème, comme nous le verrons plus loin.

<sup>52</sup> Cette affirmation repose sur une observation locale des évolutions des pratiques touristiques, tant en ce qui concerne la « simple visite » du centre-ville (en groupes et en individuels) que de la pratique du shopping, que ce soit pour des visiteurs étrangers (ou non) ou des croisiéristes.

<sup>53</sup> Nous verrons notamment dans le paragraphe consacré aux résultats des enquêtes menées auprès des passagers du Seven Seas Navigator que le tramway tient une place de choix dans les perceptions spontanées de la ville.

*départ la commande c'est du transport. A l'arrivée c'est de la ville et de l'espace urbain.*<sup>54</sup> » Nous pourrions également préciser qu'à l'arrivée, c'est également du tourisme.

- Enfin, le tramway participe d'une réorganisation du centre et offre des possibilités pour créer de nouvelles polarités.

Ces dernières, dans un premier temps, ont favorisé la création de « vides » qui découlent tout naturellement de l'ensemble des espaces autrefois consacrés à l'automobile. Ils concernent surtout dans le centre-ville la place de la Comédie, le cours de l'Intendance et son prolongement vers les quais (le cours du Chapeau Rouge, la rue Vital-Carles, la place Pey-Berland, la place de la Victoire, le cours Alsace-Lorraine (se reporter au plan). L'ensemble de ces sites et de ces axes constitue en quelque sorte le cœur bâti de la nouvelle identité (touristique) bordelaise, et ce pour les raisons suivantes :

- presque chacun d'eux représente un lieu de passage obligatoire pour les populations touristiques,
- la réappropriation intégrale de ceux-ci par les piétons donne une image nouvelle au centre : sur les principales places précédemment citées les terrasses s'agrandissent de façon remarquable, les pratiques spatiales se diversifient (sports, musique,...) ; sur les axes, de façon générale, la flânerie est favorisée : les vitrines bénéficient de plus de lisibilité.
- Sur l'ensemble de ce secteur, les courbes formées par les rails du tramway rappellent constamment la rupture opérée ainsi que la modernité qu'elle apporte.

Le centre piétonnier et commercial ancien formé pour l'essentiel des anciens *cardo* et *decumanus* (les actuelles rues Porte-Dijéaux et Sainte-Catherine) ont bénéficié d'une rénovation antérieure aux travaux du tramway : leur attractivité commerciale a été renforcée par l'implantation de grandes enseignes nationales présentes sur des superficies considérables. Cela aura notamment une incidence sur la façon de promouvoir l'escale (puisque que peu de ports français peuvent se prévaloir d'une accessibilité aussi bonne à un secteur piéton et commercial qui comprend presque l'intégralité du centre historique de la ville : il y a là matière à définir un trait de différenciation qui pourrait jouer en la faveur de Bordeaux<sup>55</sup>).

---

<sup>54</sup> *Ce tram qui change la ville*, in, Le Point, 9 février 2001, n°1482.

<sup>55</sup> A la condition que la promotion de cette particularité soit performante auprès des compagnies de croisière.

## 2) UNE VIE PORTUAIRE QUI DOIT SE MAINTENIR :

Comme nous le rappelions ci-dessus, « l'escale » ne comprend nullement la seule ville d'accueil mais dépend de l'activité portuaire (dont la croisière à présent, dans bien des ports français, fait pleinement partie), de la configuration géographique et hydrologique des sites dans lesquelles le port s'inscrit, ainsi que du niveau d'équipement portuaire global. La promotion globale de l'escale comprend ainsi deux volets principaux<sup>56</sup> : celui de l'offre touristique et celui de l'offre technique. Il est à noter que ces deux volets sont en réalité moins distincts qu'on peut le supposer et rentrent en tant « qu'offre globale d'escale » en complémentarité.

De nombreux acteurs sont impliqués dans la gestion du port et le transport des passagers et des biens qu'il fait transiter, parmi eux le PAB (Port Autonome de Bordeaux), à l'instar de l'ensemble des ports français (en tant que représentants de l'Etat), est « chargé, à l'intérieur des limites de sa circonscription, des travaux d'exécution, d'amélioration, d'entretien ainsi que de police du port et de ses dépendances<sup>57</sup> ». Il appartient donc également au Port Autonome d'opérer des choix en matière d'entretien, des choix qui dépendent de priorités financières établies. Le Port Autonome a donc une forte responsabilité dans l'activité de croisière même si cette dernière ne se traduit pas nécessairement par un volontarisme et un engagement sans faille. François de la Giroday (Président de la structure « *Bordeaux Escale de Croisières* », élu de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux et agent maritime dans la Société Sea Invest) nous a confié ainsi en entretien<sup>58</sup> que les modalités de fédération des acteurs variaient assez sensiblement d'un port à l'autre et que le PAB témoignait « d'un manque global d'implication » dans le secteur de la croisière, provoqué par le regard des responsables portuaires ne percevant qu'assez mal les gains effectifs de cette activité par rapport à l'activité commerciale et logistique « classique » du PAB. D'après M. de la Giroday, ce manque d'investissement aurait été notamment préjudiciable au bon déroulement de certaines escales cette année. Pourtant, les autorités portuaires et la

---

<sup>56</sup> Ces deux volets se matérialisent très concrètement sur le recto et le verso des feuillets promotionnels édités par « *French Atlantic Ports Of Call* » : le recto étant consacré à la description de l'offre touristique globale de l'escale, le verso à la description technique et logistique des quais d'amarrage. Cet aspect dual dans la promotion se retrouvera d'ailleurs sur le site Internet de la structure ([http://www.port-of-call.com/Ports\\_of\\_call\\_v2/default.asp](http://www.port-of-call.com/Ports_of_call_v2/default.asp)).

<sup>57</sup> Art. L III-2 du Code des Ports Maritimes.

<sup>58</sup> Entrevue du jeudi 15 juin 2006. Se reporter à l'annexe n°1 « Entretien avec M. François de la Giroday ».

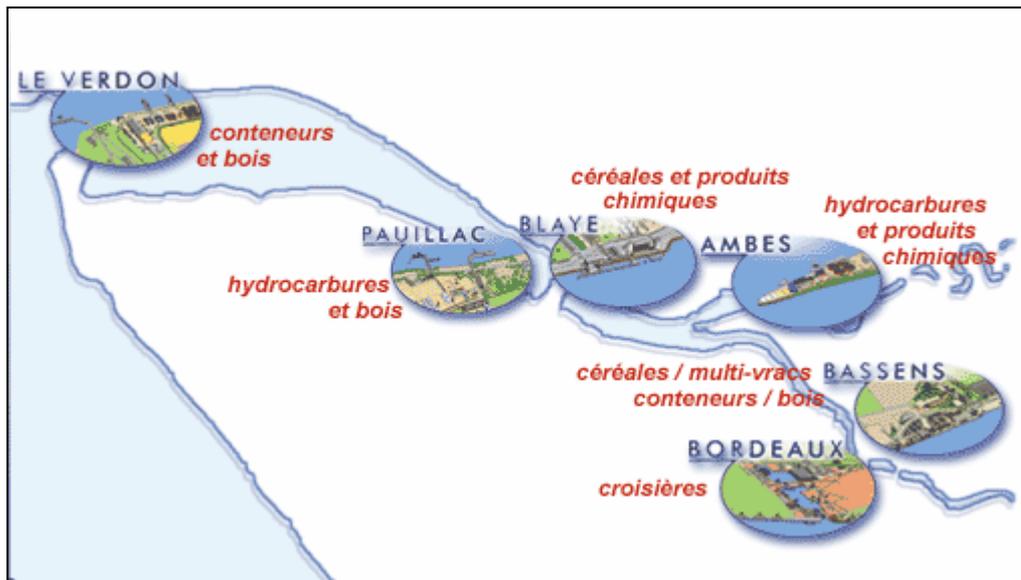
municipalité ont tout intérêt à établir une co-exploitation des ressources de l'activité de croisière, comme le rappelle M. Butler (Cf. Note de bas de page n°2) : « *Deux secteurs qui étaient étrangers l'un à l'autre jusqu'à récemment<sup>59</sup>, le commerce maritime ou portuaire et le tourisme se rejoignent pour conjuguer leurs ressources économiques. Du point de vue des ports, la croisière joue un rôle essentiel dans les politiques modernes associant le port et la ville ».*

L'agent maritime insistait également sur le fait que, schématiquement, « *les navires de croisière n'ont besoin que de quais pour amarrer* ». Thierry Charpentier (directeur adjoint du développement tourisme international/Direction développements et projets à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux, responsable de la promotion « *Bordeaux Escale de Croisière* ») décrit une offre « bordelaise » assez ample : « *trois quais en centre-ville à Bordeaux, trois quais à Bassens, trois quais au Verdon, pouvant accueillir des bateaux de 210 à 600 mètres de longueur et d'un tirant d'eau de 8,5 à 11 mètres* »<sup>60</sup>. Cette offre n'a que peu évolué depuis la fin des années 90 mais traduit des situations très diverses : le port de Bassens, situé à dix kilomètres en aval du fleuve par rapport au centre-ville, est l'un des principaux ports de marchandises (céréales, multi-vracs, conteneurs et bois) sur la Garonne. Le port du Verdon, situé en embouchure d'estuaire (à une centaine de kilomètres du centre-ville de Bordeaux), est dédié au transport de conteneurs et bois.

---

<sup>59</sup> Nous soulignons volontairement l'expression.

<sup>60</sup> « Bordeaux, Escale de croisière » par T. Charpentier in « Cahiers Espaces n°56 : Croisières maritimes et fluviales ». 1998.



Carte/plan n°2 : Les ports bordelais. Source : © Port Autonome de Bordeaux.

Des quais ont été aménagés dans ces deux sites pour y permettre l’amarrage des navires de croisière, cependant, cela ne résout pas le problème de la distance. En 2000, la visite de la ville de Bordeaux représentait encore l’excursion la plus consommée devant les destinations vitivinicoles « traditionnelles ».

De plus, comme le souligne M. Charpentier dans son article, le port du Verdon serait à terme le lieu d’escale privilégié pour les navires gros porteurs (dont le tirant d’eau est supérieur à 10 mètres) et donc contenant le plus de passagers<sup>61</sup>. Certaines compagnies (telle Princess Cruises) se sont déjà adaptées en opérant une promotion de l’escale auprès des clients plus ciblée sur les plages et forêts de l’estuaire, ainsi que sur les excursions dans les châteaux à proximité du Verdon (notamment sur la commune de Pauillac), considérant sûrement que le déplacement à Bordeaux prendrait trop de temps par rapport au temps global de l’escale. Or, comme le rappelle M. de la Giroday, les passagers ont un rythme de visite tel que, généralement, après avoir réalisé des excursions dans la journée, il leur demeure possible de ressortir du navire à Bordeaux le soir pour dîner en ville ou de reprendre après une pause la visite du centre historique, ce qui ne serait plus possible à Bassens comme au Verdon.

Il réside donc des enjeux touristiques cruciaux dans la possibilité d’accueillir des navires dans le centre de la ville. Dans le cas de Bordeaux, les incidences de la rencontre récente entre une

<sup>61</sup> La tendance du marché de la construction de navires étant de réduire les coûts des compagnies en augmentant la taille des navires, il est à craindre qu’à long terme le centre-ville ne soit déserté par une flotte future de « mégapaquebots ».

volonté touristique émergente et des priorités économiques portuaires établies de longue date ne favorisent pas la constitution durable d'une escale idéalement structurée. Dans cette dernière, la répartition des investissements portuaires et municipaux serait parfaitement lisible. Cependant, économiquement, il est logique de procéder à une évaluation des retombées avant de lancer une politique d'investissements.

C'est à ce niveau que la « jeunesse » de ce secteur touristique en France se fait le mieux sentir puisque ces retombées n'y sont encore que très difficilement quantifiables. Le rapport de l'Organisation Mondiale du Tourisme sur ce thème indique bien la complexité des calculs à opérer pour obtenir une estimation globale des retombées à l'échelle d'une escale, qui sont de natures diverses : « *On distingue trois types d'activités liées à l'escale selon qu'elles se déroulent dans le port, la ville ou la région [tel est pour nous, tel que nous l'avons mentionné en introduction, le territoire de l'escale], ou qu'elles revêtent un aspect technique ou touristique* »<sup>62</sup>.

Rappelons que pour les instances portuaires dont il est ici question les services fournis aux compagnies se résument à « l'assistance technique au navire » matérialisée par les manœuvres d'approche (pilotage, remorquage, amarrage) jusqu'à l'immobilisation du navire à quai. Les coûts portuaires totaux sont calculés en fonction de la jauge du navire et du nombre de croisiéristes à bord. Il nous est possible de mieux comprendre le manque « d'enthousiasme » des instances portuaires (concernant le développement de l'accueil des navires de croisière) décrit précédemment par M. de la Giroday si l'on considère la maigre rémunération des ports évoquée par Jean-Paul Pagès en 1998 (« *Souvent chargée d'investissements lourds pour l'accueil des passagers [...], l'institution portuaire est très mal rémunérée pour l'accueil des navires de croisière (par comparaison avec d'autres, tels que les tankers.* »<sup>63</sup>) et confirmée en 2003 par M. Butler sur la base de différentes études indiquant les établissements commerciaux et touristiques comme principaux bénéficiaires des escales.

C'est à Bordeaux ce qui explique en partie l'irrégularité des programmations puisque les contraintes physiques liées au site, parfois très prégnantes imposent des travaux d'entretien qui échoient au PAB, dont, en particulier, le draguage régulier du principal chenal d'accès jusqu'au centre-ville (alors que les navires marchands chargent et déchargent sur des sites plus en aval, jusqu'au port marchand le plus en amont : Bassens). Or, le Port Autonome a un budget non illimité : les intérêts portuaires et touristiques peuvent parfois se trouver tout au

---

<sup>62</sup> « L'activité de croisières dans le monde ». Se reporter à la note n°2.

<sup>63</sup> J-P Pagès : « La croisière dans les ports français : intérêt économique ». Les Cahiers de l'Afit. 1998.

moins en non adéquation.

Cependant, depuis 1989 (date de la mise en place de la structure « *Bordeaux, Escale de Croisière* »), une volonté commune (portuaire, touristique, commerciale et municipale) a su s'adapter et obtenir des résultats. Nous avons pu envisager succinctement comment Bordeaux s'insérait dans une logique d'offre sur un marché touristique qui présente de fortes particularités et qui suppose des efforts structurels et organisationnels importants. Mais si les instances locales ont opéré à un moment donné un choix de développement axé sur la croisière, c'est aussi parce que cette dernière non seulement constitue un levier de développement clairement identifié comme touristique (puisque, selon enquête, les croisiéristes sont susceptibles de représenter une clientèle touristique « terrestre » s'ils sont particulièrement satisfaits d'une escale), mais aussi parce que la croisière implique de nombreux effets induits qui s'intègrent dans une logique de développement territorial, à la fois en termes économiques (la croisière présente une haute valeur ajoutée) mais également sous la forme d'une diffusion d'une image qui pourrait s'apparenter à celle « d'une escale de prestige ».

Comment la croisière, perçue comme particulièrement éphémère, structure-t-elle le territoire ?